Magazin der Wirtschaftsförderung Osnabrück

2 / 2026

WIRTSCHAFTSPOST

UNTERNEHMEN
Arbeitgeber BKK firmus

STANDORT
Neue Fachkräftekampagne

STARTUPS & GRÜNDEN
5 Jahre OHA

WFO



Dennis Tylke, David Engelhardt und Robin Klodt
HERZOG Maschinenfabrik

Prozess-Sicherheit im Fokus

HERZOG Maschinenfabrik bringt KI in die Maschine

Impressum

HERAUSGEBER
WFO Wirtschaftsförderung
Osnabrück GmbH

Natruper-Tor-Wall 2 A
49076 Osnabrück
www.wfo.de
info@wfo.de
+49 541 323-2900

REDAKTION
Sina-Christin Wilk (V.i.S.d.P.)

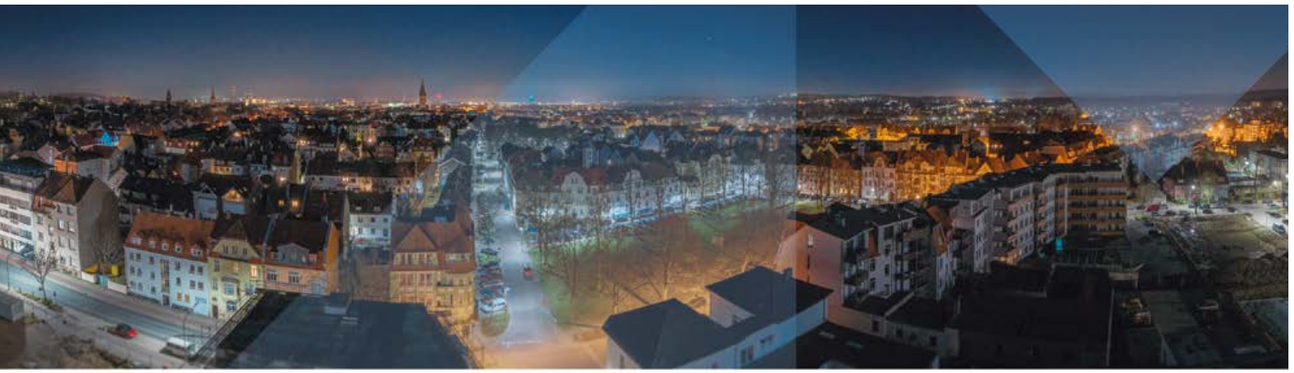
LAYOUT
Moritz Becker

BILDNACHWEISE
Lucas Günzel/Drehteam für WFO (Titel, S. 6–10), LuxTeufelsWild (S. 3, 39), WFO (S. 12, 26, 32, 34, 42), MVZ Ihre Hausärzte (S. 11), LMIS AG (14 f.), BKK firmus (S. 16), Holger Schleper (S. 18 f.), fair equity (S. 20 f.), Optik Peter Meyer (S.22 f.), Wirtschaftspraxis Jürgens (S. 24), Christoph Beyer (S. 25 (lizenz. Stock), 44), OSB (S. 27), Marketing Osnabrück (S. 29), Jörn Martens (S. 30), Larissa Langkamp (S. 33), GenerationenWerkstatt (S. 35 f.), HS Osnabrück (S. 37), Hermann Pentermann (S. 38), Katharina Filip (S. 41), Bildrechte bei den Startups (S. 47)

DRUCK
Meinders & Elstermann
GmbH & Co. KG

WFO @ SOCIAL MEDIA
www.linkedin.com/company/wfo-os
www.instagram.com/wfo_osnabrueck

Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/10886-2610-1001



Für starke Unternehmen in einer starken Region.

Mit mehr als 70 Mitgliedsunternehmen fördert der VWO die regionale Wirtschaftsentwicklung und bietet seinen Mitgliedern eine Plattform für aktives Netzwerken.

Ihnen liegt die regionale Wirtschaft ebenfalls am Herzen? Dann engagieren Sie sich, werden Sie Mitglied und profitieren Sie von einem starken Netzwerk.

Besuchen Sie uns auf www.vwo-os.de

VWO
Verein für Wirtschaftsförderung in Osnabrück e. V.

Liebe Leserinnen und Leser,

was macht einen Wirtschaftsstandort lebendig? Es sind die Unternehmen, die investieren, sich verändern und neue Ideen entwickeln. Es sind die Menschen, die Verantwortung übernehmen, Wissen weitergeben und Fachkräfte für sich und ihre Region gewinnen. Und es sind Netzwerke, Hochschulen, Gründerinnen und Gründer, die neue Verbindungen schaffen. Genau davon erzählt diese Ausgabe der WirtschaftsPOST. Auch diesmal schauen wir auf die Geschichten, Entwicklungen und Meilensteine, die sich direkt vor unserer Haustür ereignen.

Unser Titelthema führt uns zu HERZOG Maschinenfabrik und damit mitten hinein in die Frage, wie künstliche Intelligenz industrielle Prozesse verändern kann. Gleichzeitig zeigen Unternehmen aus ganz unterschiedlichen Branchen, wie vielfältig die Osnabrücker Wirtschaft aufgestellt ist und wie an der einen oder anderen Stelle Branchen sogar vermischt werden, um modernen Anforderungen nicht nur gerecht zu werden, sondern auch Veränderungen mitzugestalten sowie Herausforderungen schon frühzeitig zu begegnen.

Das Momentum zu nutzen wissen, das trifft auf viele Unternehmen am Standort zu. Angefangen beim Engagement für einen Wachstumsmarkt von morgen, Afrika, über Angebote und Innovationen in der Gesundheitswirtschaft bis hin zur IT. Ein weiterer Schwerpunkt dieser Ausgabe liegt auf den Menschen, die Wirtschaft möglich machen. Wie lassen sich Fachkräfte gewinnen und langfristig für Osnabrück begeistern? Von der Fachkräftekampagne über die Hochschulen und Ausbildungsbetriebe bis zur GenerationenWerkstatt zeigen unsere Beiträge, dass Fachkräftesicherung viele Gesichter hat. Und natürlich blicken wir auch auf die Ideen von morgen. Eine wichtige Frage dabei: Was macht unseren Standort für Unternehmen und Investitionen attraktiv? Der neue Investment-Guide der WFO nimmt dabei ganz bewusst die Perspektive potenzieller Investorinnen und Investoren ein. Zudem gibt es Einblicke in die aktuelle Situation rund um die Innenstadt.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre, interessante Einblicke und viele Anregungen – vielleicht auch für die nächsten eigenen Schritte.

Herzlichst

Ingmar Bojes,
Geschäftsführer Wirtschaftsförderung Osnabrück GmbH



Inhalt

06	TITELSTORY	*HERZOG bringt KI in die Maschine*
	Unternehmen	
11		Medizinische Versorgung: MVZ Ihre Hausärzte
14		LMIS AG: KI-Hotspot Osnabrück
16		BKK firmus als attraktiver Arbeitgeber
18		Onnecto: Alltag smarter organisieren
20		fair equity: Spenden, die arbeiten
22		Optik Meyer verbindet Handwerk, Digitalisierung, KI
24		Wirtschaftspraxis Jürgens: Wettbewerbsfaktor psych. Gesundheit
26		Ausbildung beim OSB: Osnabrück mitgestalten
	Standort	
28		Fachkräftekampagne "So machen wir das in Osnabrück"
30		Innenstadt im Wandel
32		Zoo Osnabrück als Partner für Unternehmen
34		GenerationenWerkstatt bringt Schulen und Betriebe zusammen
37		Maschinenbaustudent baut Bulli mit Solardach um
38		Prof. Dr. Tim Römer neuer Uni-Präsident
	Service	
39		Arbeitsrecht: Krankgeschrieben – wirklich arbeitsunfähig?
40		GewiNet: Mentale Gesundheit im BGM
42		Osnabrück bekommt Investment-Guide
44	STARTUPS UND GRÜNDEN	Droidrun als internationales KI-Startup
46	STARTUPS UND GRÜNDEN	5 Jahre Osnabrück Healthcare Accelerator













HERZOG bringt KI in die Maschine

Prozess-Sicherheit im Fokus

Ein Stahlwerk produziert nicht nur Stahl. Es produziert auch Daten. Über Temperatur, Druck und Geschwindigkeit. Über Zusammensetzung und Qualität. Und über unzählige Proben, die während des Produktionsprozesses genommen und im Labor analysiert werden. Damit aus einer Stahlprobe eine verlässliche Aussage über die Qualität des Materials wird, muss allerdings zunächst etwas sehr Grundsätzliches stimmen: Die Probe muss richtig vorbereitet sein. Ihre Oberfläche muss so bearbeitet werden, dass die anschließende Analyse möglichst präzise und reproduzierbar erfolgen kann.

Dank der sensorbasierten Überwachung des Werkzeugzustands im PrepMaster Analytics wird der Probenvorbereitungsprozess optimiert.



Genau an dieser Stelle arbeitet HERZOG. Das Osnabrücker Unternehmen entwickelt und produziert seit Jahrzehnten Maschinen und Automatisierungslösungen für die Probenvorbereitung und Qualitätskontrolle. Was dabei von außen nach klassischem Maschinenbau aussieht, ist längst ein Zusammenspiel aus Mechanik, Sensorik, Software und Daten. Mit der HS-F 1000 geht HERZOG diesen Weg konsequent weiter: Die automatische Fräsmaschine kann nicht nur Stahlproben bearbeiten. Sie kann auch überwachen, wie gut ihr Werkzeug dabei noch arbeitet. Und sie kann auf diese Information reagieren. Darin steckt ein Prinzip, das für die industrielle Produktion weitreichend ist: Die Maschine beobachtet sich selbst und nutzt künstliche Intelligenz, um aus dem Gesehenen eine Entscheidung abzuleiten.

Der kritische Moment kommt nach vielen Schnitten

Fräswerkzeuge sind Verschleißteile. Bei jedem Bearbeitungsvorgang wirken Kräfte auf die Schneidplatten. Mit der Zeit verändert sich ihre Schneidkante, sie verschleißt oder kann beschädigt werden. Für eine Maschine, die einzelne Proben bearbeitet, wäre das zunächst ein gewöhnlicher Wartungsfall. Für eine hochautomatisierte Laboranlage ist es eine deutlich anspruchsvollere Frage: Woher weiß das System, dass sein Werkzeug noch zuverlässig arbeitet?

Denn ein Werkzeugwechsel zur falschen Zeit ist ebenfalls problematisch. Wird zu früh gewechselt, wird ein eigentlich noch nutzbares Werkzeug unnötig ausgetauscht. Wird zu spät gewechselt, kann der Verschleiß die Qualität der Probenvorbereitung beeinflussen. Die Antwort von HERZOG heißt SmartVision TCM.

Das System überwacht den Zustand der Werkzeuge kontinuierlich. Die aktuelle Generation der PrepMaster-Analytics-Lösung kombiniert dafür unterschiedliche Informationen: Bei der HS-F 1000 können unter anderem Vibration und Drehmoment ausgewertet werden; zusätzlich ermöglicht PrepMaster Vision eine KI-gestützte visuelle Erkennung des Verschleißes an den Schneidplatten.

Ein detailliertes Bild sagt mehr als ein Grenzwert

Für die Anbindung der KI kommt eine Kamera ins Spiel. Sie nimmt die Schneidplatte auf, nachdem sie im Fräsprozess eingesetzt war. Das Bild wird anschließend von einem Deep-Learning-Modell analysiert. Anders als bei einer klassischen Bildverarbeitung muss dabei nicht für jede mögliche Situation eine lange Liste fester Regeln hinterlegt werden: Das Modell wurde mit Referenzbildern trainiert. Auf diesen Bildern sind beschädigte Bereiche der Schneidkante manuell gekennzeichnet. So lernt das System, charakteristische Muster zu erkennen und zwischen intakten und beschädigten Bereichen zu unterscheiden. Der entscheidende Schritt ist dabei die sogenannte Bildsegmentierung. Vereinfacht gesagt, erkennt die KI nicht nur, dass etwas mit dem Werkzeug nicht stimmt. Sie kann vielmehr markieren, wo sich die beschädigte Fläche befindet und wie groß sie ist.

Dafür wird die Schneidplatte im aufgenommenen Bild lokalisiert. Anschließend identifiziert das Modell die beschädigten Bereiche auf Pixelebene. Das ist technisch anspruchsvoller, als es klingt. Denn eine industrielle Umgebung ist keine kontrollierte Fotostudio-Situation: Metall glänzt, Oberflächen reflektieren Licht und Schneid-

platten haben unterschiedliche Geometrien und können Gravuren oder andere Strukturen aufweisen. Auch die Beleuchtung und die Position des Werkzeugs können variieren. Genau mit diesen Unwägbarkeiten muss eine industrielle KI umgehen können. Damit das gelingt, wird das Training des Modells gezielt auf reale industrielle Bedingungen vorbereitet. Die Trainingsbilder werden gedreht, gespiegelt, skaliert und hinsichtlich Helligkeit und Bildrauschen verändert. So lernt das Modell, relevante Muster auch bei veränderten äußeren Bedingungen zu erkennen.

HERZOG hat in der Application Note 72 die klassische algorithmische Bildauswertung mit dem Deep-Learning-Ansatz verglichen. Untersucht wurden drei unterschiedliche Schneidplattentypen und verschiedene Verschleißzustände. Als Referenz diente eine Messung unter dem Lichtmikroskop. Besonders deutlich fiel der Unterschied bei einem der untersuchten Schneidplattentypen aus: Während die konventionelle Methode um 18 Prozent von der mikroskopischen Referenz abwich, lag die Abweichung des Deep-Learning-Modells bei lediglich einem Prozent. Auch bei den beiden anderen untersuchten Typen zeigte die KI-basierte Methode geringere Abweichungen.

Der Vorteil liegt vor allem in der Robustheit: Reflexionen, glänzende Oberflächen, unterschiedliche Beleuchtung, Gravuren und komplexe Geometrien bringen das Deep-Learning-Modell weniger aus dem Tritt als klassische Verfahren. Für einen Labormitarbeiter bedeutet das nicht, dass er nun „mit KI arbeiten“ muss. Im besten Fall merkt er von der Technologie sogar möglichst wenig.

Von der Bilderkennung zum automatischen Werkzeugwechsel

Hier zeigt sich der Unterschied zwischen einer cleveren Bilderkennung und einer echten industriellen Anwendung. Das Kamerabild allein bringt noch keinen Mehrwert. Erst die Verbindung mit der Maschinensteuerung und PrepMaster Analytics macht daraus einen geschlossenen Prozess. Die Software kann den Zustand des Werkzeugs überwachen und kritische Verschleißzustände erkennen. Werden definierte Grenzwerte erreicht, kann das System einen Alarm auslösen beziehungsweise – abhängig von der Anlagenkonfiguration – den Werkzeugwechsel automatisch veranlassen.

Die HS-F 1000 ist dafür grundsätzlich auf automatisierte Abläufe ausgelegt. Proben können beispielsweise per Roboter oder Linearförderer zugeführt werden. Für unterschiedliche Anwendungen stehen Werkzeugwechsler zur Verfügung; auch die Überwachung des Maschineninnenraums mit Kameras ist möglich. Damit fügt sich die KI nahtlos in einen größeren Automatisierungsprozess ein. Eine Probe geht ein, die Maschine bearbeitet sie, das Werkzeug wird überwacht und die Software bewertet schließlich den Zustand. Bei Bedarf wird so völlig automatisiert das Werkzeug gewechselt, ohne dass eine Fachkraft eingreifen muss. „Die nahtlose Integration von bildbasiertem Deep Learning erlaubt eine zuverlässige und effiziente Prozesskontrolle“, fasst Robin Klodt (PrepMaster Analytics, Abteilung Softwareentwicklung) den Unique Selling Point dieser Vorgehensweise zusammen.



KI-Bilderkennung im Einsatz: Fräsplättchenüberwachung via SmartVision TCM.

Qualität beginnt lange vor der Analyse

Warum dieser Aufwand betrieben wird, zeigt ein Blick auf den eigentlichen Zweck der Maschine. Die Oberfläche einer Stahlprobe ist kein nebensächliches Detail. Bei der optischen Emissionsspektroskopie – OES – hängt die Qualität der späteren Analyse auch davon ab, wie zuverlässig und reproduzierbar die Probe vorbereitet wurde. Eine unzureichende Materialabtragung kann dazu führen, dass nicht repräsentative oder strukturell veränderte Oberflächenschichten analysiert werden. Zu starkes Fräsen wiederum verlängert die Bearbeitungszeit und erhöht Werkzeug- und Materialverbrauch.

Die Werkzeugüberwachung sitzt deshalb an einer entscheidenden Stelle des Prozesses. Sie soll verhindern, dass ein verschlissenes Werkzeug unbemerkt weiterarbeitet und dadurch die Qualität der Probenpräparation beeinträchtigt. Gleichzeitig geht es um Effizienz. Ein Werkzeug soll nicht vorsorglich ausgetauscht werden, obwohl es noch einsatzfähig ist. Das ist der Grundgedanke hinter zustandsbasierter beziehungsweise prädiktiver Wartung: Nicht nach einem starren Zeitplan handeln, sondern auf Basis des tatsächlichen Zustands.

PrepMaster Analytics bildet dafür die digitale Ebene. Die Software kann neben dem Tool Condition Monitoring unter anderem Prozess- und Anlagendaten erfassen, analysieren und visualisieren. HERZOG beschreibt die Plattform als Werkzeug für Monitoring, Diagnose, Wartung und prädiktive Instandhaltung.

KI wird dann interessant, wenn sie ein Problem löst

Der Begriff künstliche Intelligenz ist inzwischen allgegenwärtig. Doch zwischen einer beeindruckenden Demonstration und einem echten industriellen Nutzen liegt ein großer Unterschied. Bei HERZOG ist der Anwendungsfall sehr konkret. Die KI soll eine hochspezialisierte Aufgabe übernehmen: den Verschleiß einer Schneidkante anhand eines Bildes zuverlässig erkennen und somit die Effizienz der Präzisionsmaschine optimieren.

„Erst durch KI können wir Einschätzungen einer Fachkraft in ein automatisches System überführen“, erklärt Dennis Tylke (PrepMaster Analytics, Abteilung Softwareentwicklung). Die Technologie wird dort eingesetzt, wo sie einen bestehenden Prozess besser, stabiler und autonomer machen kann. Das ist auch deshalb relevant, weil klassische Bildverarbeitungsverfahren für unterschiedliche Werkzeuggeometrien und Oberflächen häufig individuell angepasst werden müssen. Deep Learning bietet hier die Möglichkeit, verschiedene Geometrien und Oberflächenbedingungen innerhalb eines gemeinsamen Modells abzubilden. HERZOG sieht darin zugleich Potenzial für die Erweiterung auf weitere Werkzeugtypen. Die KI wird wesentlicher Bestandteil der Maschine.



Das Team PrepMaster Analytics aus der Softwareentwicklung macht Maschinen mittels KI maximal zukunftsfähig.

Der eigentliche Fortschritt steckt in der Verbindung

Mechanik allein kann ein Werkzeug bewegen. Sensorik kann Daten liefern. Eine Kamera kann Bilder aufnehmen. Software kann Informationen darstellen. Erst ihre Verbindung macht daraus ein System, das seinen eigenen Zustand bewerten kann. Genau diese Verbindung ist der interessante Punkt an PrepMaster Analytics.

HERZOG verknüpft jahrzehntelange Erfahrung in der Probenvorbereitung mit Automatisierung, Sensorik, Software und inzwischen auch Deep Learning. Die HS-F 1000 ist dafür ein anschauliches Beispiel: Die Maschine ist kompakt gebaut, auf automatisierte Laborprozesse ausgelegt und kann in Roboter- oder Linearsysteme integriert werden. Gleichzeitig überwacht PrepMaster Analytics den Werkzeugzustand und unterstützt die zustandsbasierte Wartung. Entscheidend ist das Zusammenspiel.

Denn eine Maschine, die nur Daten sammelt, ist noch nicht intelligent. Eine Kamera, die nur Bilder aufnimmt, auch nicht. Erst wenn aus den Daten eine belastbare Einschätzung entsteht und diese Einschätzung eine Handlung auslösen kann, wird daraus industrielle Intelligenz.

Osnabrück als Ausgangspunkt für globale Technologie

Dass diese Entwicklung aus Osnabrück kommt, ist kein Zufall. HERZOG gehört zu den Unternehmen, die ihre technologische Kompetenz in einer hochspezialisierten Nische aufgebaut haben. Die Maschinen und Systeme des Unter-

nehmens sind international im Einsatz; neben dem Stammsitz in Osnabrück ist HERZOG unter anderem mit Gesellschaften beziehungsweise Standorten in den USA, Japan, China, Indien und Frankreich vertreten. Der Charakter eines Hidden Champions zeigt sich gerade hier: Es geht nicht um Produkte, die jeder kennt. Es geht um Technologien, die in industriellen Prozessen eine zentrale Rolle spielen.

Die KI-Anwendung in PrepMaster Analytics ist dafür ein gutes Beispiel. Sie steht für eine kleine, hochspezialisierte Verbesserung an einer Stelle, an der Präzision, Verfügbarkeit und Reproduzierbarkeit entscheidend sind. Und gerade solche Verbesserungen können in der industriellen Praxis einen großen Unterschied machen. David Engelhardt (Leiter PrepMaster Analytics, Abteilung Softwareentwicklung) gibt einen Ausblick: „Die KI versteht nun, wie es dem Werkzeug ‚jetzt' geht. Der nächste Schritt ist das ‚bald'."

Das ist vielleicht die pragmatischste Form von künstlicher Intelligenz: Technologie, die nicht beeindrucken will, sondern dafür sorgt, dass ein Prozess einfach zuverlässig funktioniert.



Verschiedene Fräsköpfe, die in den Maschinen von HERZOG zum Einsatz kommen.

Was ist TCM?
Tool Condition Monitoring (TCM) bezeichnet die sensorbasierte Überwachung von Werkzeugzustand und Probenvorbereitungsprozess, um Verschleiß, Defekte und Prozessabweichungen frühzeitig zu erkennen und bildet die Grundlage für eine prädiktive Wartung.

Was bedeutet Deep Learning?
Deep Learning ist ein Teilbereich der künstlichen Intelligenz. Dabei lernt ein Modell anhand vieler Beispiele, bestimmte Muster zu erkennen. Bei HERZOG sind dies Bilder von Schneidplatten mit unterschiedlichen Verschleißzuständen.

Was macht die KI bei HERZOG?
Das Deep-Learning-Modell analysiert Bilder von unterschiedlich bewerteten Schneidplatten. Es lokalisiert zunächst die Schneidplatte und erkennt anschließend beschädigte Bereiche der Schneidkante auf Pixelebene.

Warum braucht es dafür KI?
Industrielle Oberflächen sind anspruchsvoll: Reflexionen, unterschiedliche Beleuchtung, Gravuren und verschiedene Geometrien erschweren eine klassische Bildauswertung. Der Deep-Learning-Ansatz ist gegenüber diesen Einflüssen robuster.

Was bringt das dem Kunden?
Der Werkzeugzustand kann automatisiert überwacht werden. Kritische Verschleißzustände lassen sich erkennen und – je nach Anlagenkonfiguration – kann ein automatischer Werkzeugwechsel ausgelöst werden. Das unterstützt eine stabile Probenvorbereitung, reduziert manuelle Eingriffe und verbessert die Prozessautonomie.

Wie profitiert HERZOG?
Die KI erweitert die Kompetenz des Unternehmens vom klassischen Maschinenbau hin zu einem integrierten Zusammenspiel aus Maschine, Sensorik, Software und intelligenter Bildauswertung. Gleichzeitig entsteht eine Lösung, die sich perspektivisch auf weitere Werkzeugtypen und Anwendungen übertragen lässt.



Gemeinsam für eine umfassende med. Versorgung in und um Osnabrück: das Team von MVZ Ihre Hausärzte

Aus Verantwortung unternehmerisch gedacht

Moderne medizinische Versorgung durch das „MVZ Ihre Hausärzte"

Wer heute einen Hausarzt sucht, braucht vielerorts vor allem eines: Geduld. Immer mehr Mediziner gehen in den Ruhestand, Nachfolger fehlen, Praxen schließen. Was lange als Zukunftsszenario galt, ist längst Realität. Doch während vielerorts Versorgungslücken entstehen, wächst in Osnabrück ein Modell, das zeigt, wie Hausarztmedizin auch morgen funktionieren kann: das Medizinische Versorgungszentrum (MVZ) Ihre Hausärzte.

Die Geschichte beginnt 2012 klassisch mit einer einzigen Praxis. Damals übernimmt Dr. Christian Unnewehr die Hausarztpraxis seines Vaters in Sutthausen und entwickelt diese in den kommenden Jahren erfolgreich weiter. Ein wichtiger Schwerpunkt ist dabei die Weiterbildung von jungen Ärztinnen und Ärzten zu Allgemeinmediziner:innen sowie die Zusammenarbeit mit der Universität Münster als Lehrpraxis. 2019 beabsichtigt der Inhaber der Nachbarpraxis in den Ruhestand zu gehen – ein Nachfolger ist nicht in Sicht. Unnewehr übernimmt den Standort, um die hausärztliche Versorgung der Patienten zu gewährleisten. Dr Ali Yassin übernimmt 2020 die Standortleitung der neuen Praxis und steigt als Partner mit ein. Die Geschichte zieht ihre Kreise und weitere Ärztinnen und Ärzte, die in den Ruhestand gehen möchten und einen Nachfolger suchen, nehmen mit Unnewehr Kontakt auf. Die Übernahme weiterer Praxen wird zum Selbstläufer, auch schließen sich immer mehr Ärzte an, um gemeinsam zu arbeiten. Viele junge Ärztinnen und Ärzte möchten heute nicht mehr allein eine Praxis führen und sämtliche unternehmerischen Risiken tragen. Sie wünschen sich Teamarbeit, Austausch und planbare Arbeitszeiten.



Die Praxisräumlichkeiten sind an allen Standorten gleich eingerichtet, um eine gewohnte Umgebung zu schaffen.

Was zunächst pragmatisch erscheint, entwickelt sich Schritt für Schritt zu einer völlig neuen Idee hausärztlicher Versorgung: Unter dem Namen Ihre Hausärzte arbeiten mehrere Praxen unter einem gemeinsamen Dach, bleiben gleichzeitig nah an ihren Stadtteilen und ihren Patienten. „Ich hätte damals nie gedacht, dass daraus einmal ein regionales Versorgungsnetzwerk entsteht“, sagt Unnewehr heute. Doch das Konzept geht auf. Verwaltung, Personal, Digitalisierung und Organisation werden zentral gesteuert, medizinische Entscheidungen bleiben dort, wo sie hingehören – in den einzelnen Praxisteams. „Die Menschen vor Ort wissen am besten, was ihre Patientinnen und Patienten brauchen“, so Unnewehr. „Und wir schaffen die optimalen Rahmenbedingungen.“

Innerhalb weniger Jahre ist so ein inhabergeführter Praxisverbund mit fünf Standorten, mit insgesamt 57 Beschäftigten, darunter 19 Ärzt:innen – 13 Allgemeinmediziner:innen, davon 5 Internist:innen, 1 Psychotherapeut und 5 Weiterbildungsassistent:innen – sowie rund 11.000 Patient:innen pro Quartal entstanden. Die Praxen befinden sich in den Osnabrücker Stadtteilen Sutthausen, Wüste, Voxtrup und in Georgsmarienhütte, direkt auf dem Werksgelände der Georgsmarienhütte GmbH. Dort besteht ein enge – auch personelle – Verzahnung mit der Betriebsmedizin des Unternehmens.

Dass ein solches Wachstum funktioniert, hat viel mit Organisation zu tun. Genau hier kommen Rut Grahl und Markus Gehrs ins Spiel. Grahl stieg vor sechs Jahren als Betriebs- und Personalleitung ein und baute gemeinsam mit Unnewehr die organisatorischen Strukturen auf. „Wir sind immer wieder an Grenzen gestoßen“, erzählt sie. „Aber genau dadurch haben wir neue Wege gefunden und uns professioneller aufgestellt.“

Aus einem Server im Keller wurde eine moderne IT-Infrastruktur im Rechenzentrum, aus einzelnen Praxen entstand eine gemeinsame Marke mit einheitlichen Prozessen und einer klaren Unternehmenskultur. Heute können Mitarbeitende problemlos zwischen den Standorten wechseln, weil Abläufe und Ausstattung nahezu identisch sind. „Wir bemühen uns um eine vertrauensvolle Arbeitskultur“, sagt Grahl. „Hier arbeiten engagierte Menschen miteinander, und genau das ist unser größtes Kapital.“

Markus Gehrs sorgt dafür, dass hinter den Kulissen alles reibungslos funktioniert. Buchhaltung, Controlling und (IT-) Infrastruktur. Aufgaben, die Patient:innen kaum wahrnehmen, die aber entscheidend dafür sind, dass Ärzt:innen sich auf ihre eigentliche Arbeit konzentrieren können. „Meine Aufgabe ist es, den neuen Ärztinnen Ärzten sowie dem gesamten Team ein gutes Arbeitsumfeld zu schaffen“, sagt er. Eine wichtige Erfahrung habe das Unternehmen auf seinem Weg besonders geprägt: „Veränderungen funktionieren nur, wenn man die Menschen mitnimmt.“

Der Erfolg gibt dem Konzept von MVZ Ihre Hausärzte recht. Viele Weiterbildungsassistent:innen bleiben nach ihrer Ausbildung im Unternehmen. Insgesamt wurden bereits 17 angehende Hausärzt:innen ausgebildet, ein Großteil arbeitet heute weiterhin im Verbund. Die Fluktuation liegt 2026 bei gerade einmal rund 1,6 Prozent. Außergewöhnlich niedrig für eine Branche, die vielerorts unter Personalmangel leidet.

Auch Patient:innen profitieren von der neuen Struktur. Termine, Folgerezepte, Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen oder Rückrufwünsche lassen sich digital erledigen. Hinzu kommen Videosprechstunden und Hausbesuche. Auf die persönlichen Bedürfnisse abgestimmte medizinische Versorgung also, auch wenn der Weg in die Praxis einmal nicht möglich ist. Gleichzeitig bleibt das erhalten, was Hausarztmedizin seit jeher ausmacht: „Hausärzte haben unglaublich viel zu geben. Wir begleiten Menschen oft über Jahrzehnte. Dieses Vertrauen ist durch nichts zu ersetzen,“ sagt Christian Unnewehr.

Gerade deshalb versteht sich Ihre Hausärzte nicht als schnell wachsendes Gesundheitsunternehmen, sondern als langfristiges Versorgungsmodell. Neue Standorte entstehen nur dort, wo sie medizinisch sinnvoll sind und Versorgungslücken schließen. Am Ende zählt dabei nicht nur die Struktur, sondern wer sie mit Überzeugung mitträgt. Jede Praxisübernahme ist ein unternehmerisches Risiko. Aber eines, das bewusst eingegangen wird. „Wir reagieren nicht nur auf den Ärztemangel“, sagt Unnewehr. „Wir gestalten Versorgung aktiv. “

Dass dieses Konzept funktioniert, zeigt nicht nur das kontinuierliche Wachstum. Es zeigt sich vor allem dadurch, dass Patient:innen hier jederzeit eine Ansprechperson finden und Ärzt:innen einen Arbeitsplatz, an dem sie ihrer Berufung nachgehen können, ohne auf die eigene Work-Life-Balance verzichten zu müssen. Ihre Hausärzte zeigt die Zukunft der Hausarztpraxis: persönlich, digital, unternehmerisch gedacht – und dabei so nah am Menschen wie eh und je.

KI-BARCAMP KI
WISSEN. TEILEN. ZUKUNFT GESTALTEN.

Wie teuer ist es, KI nicht zu verwenden?

18. November 2026
ab 9:30 Uhr, im Albert 8

Jetzt **kostenlos** anmelden!

wfo.de/veranstaltungen/ki-barcamp-2

In Kooperation mit
iuk
unternehmensnetzwerk osnabrück e.v.





Mit Herzblut und Expertise für KI-Themen: Sascha Dömer (vorne) und Prof. Dr. Marco Barenkamp (hinten).

Der Blick von innen

KI-Hotspot Osnabrück

Wer durch das Coppenrath Innovation Centre (CIC) in Osnabrück geht, sieht vor allem Firmenschilder. Oberbürgermeisterin Katharina Pötter bezeichnet das Haus als KI-Hotspot der Stadt. Sascha Dömer, Vorstand der LMIS AG, kennt die andere Seite. Die LMIS AG entwickelt Software- und KI-Lösungen für den Mittelstand, übernimmt IT-Betrieb als Managed Services und sichert Unternehmen im Bereich Cyber-Security ab. „Von innen erlebt man ein Netzwerk aus Ansprechpartnern quer durch Unternehmen und Branchen, das sich nicht in einer Kaffeeküche trifft, sondern auf den Veranstaltungen, die das Haus bewusst dafür schafft", sagt Sascha. Das Vertrauen dafür wächst oft dort, wo niemand über Geschäft spricht, etwa beim Stadtradeln oder in einer 24-Stunden-Challenge.

Der digitale Reifegrad in der Region ist ungleich verteilt. „Der Osnabrücker Mittelstand ist digital so heterogen wie seine Branchen", sagt Sascha. Manche Unternehmen heben mit modernen Technologien Potenziale, von denen andere noch gar nichts ahnen. Andere spüren den Handlungsdruck, finden aber keinen Ansatzpunkt. Der Grund liegt oft in der Größe des Vorhabens: Wer den einen großen Wurf plant, der alles auf einmal löst, beginnt nie. Wer mit einem kleinen, pragmatischen Problem startet, wächst Schritt für Schritt in die Digitalisierung hinein.

Wie das aussieht, zeigt ein Projekt mit dem Logistikunternehmen Koch International aus der Region. Koch hat seine bislang selbst betriebene Infrastruktur in einem einzigen Projekt vollständig in die Cloud verlagert. Entscheidend war weniger der Ortswechsel der Server als der Automatisierungsgrad dahinter: Die Systeme entstehen aus Vorlagen, werden laufend überwacht und bei Bedarf automatisch ersetzt. Im Tagesgeschäft macht sich das doppelt bemerkbar: Die Verfügbarkeit steigt deutlich, weil Ausfallzeiten, die früher ganze Schichten kosteten, praktisch verschwinden. Und Redundanz fängt einen Ausfall ab, bevor er den gesamten Betrieb stoppt.

Ein zweites Beispiel liegt näher am Alltag vieler mittelständischer Betriebe. Ein Großhandelsunternehmen aus der Region pflegte seine Bonusabrechnung über Jahre in Excel, mit Formeln, die kaum jemand im Haus durchschaute. Solange diese Personen da waren, fiel das nicht auf. Fiel jemand aus, stand ein Prozess, an dem echtes Geld hängt. Die LMIS AG hat den Ablauf automatisiert, die Gutschrift entsteht heute per Knopfdruck. Der eigentliche Gewinn liegt für Sascha weniger in der gesparten Zeit als in der Transparenz: „Jeder Schritt ist nachvollziehbar, jede Zahl belegbar, und der Prozess wächst mit dem Geschäft, ohne dass jemand mehr Stunden dafür aufbringt."

Genau diese Ehrlichkeit prägt auch seine Einschätzung zu den Erwartungen an KI. „Überschätzt wird derzeit die Einsparung von Personalkosten", sagt Sascha. Wer KI einführt, merkt schnell: Der größte Teil der Arbeit fließt zunächst in Datenaufbereitung, Datenarchitektur und die Dokumentation eigener Prozesse, klassische Hausaufgaben, die im Mittelstand über Jahre liegen geblieben sind. Unterschätzt wird dagegen, wie sehr KI bei genau diesen Hausaufgaben hilft: Sie reichert Dokumente mit Metainformationen an und überführt Formate in Strukturen, die sich maschinell schneller erfassen lassen. Aus einem Archiv wird so ein nutzbarer Datenbestand.

Und wenn ein Projekt scheitert? „Am Unternehmen, fast immer", sagt Sascha. Die Technik bleibt Mittel zum Zweck, sie wirkt mitunter überwältigend, doch das ist Lernaufwand, kein Scheitern. Am Ende entscheiden die Grundlagen: wie die Daten aufbereitet und strukturiert sind, wer sie im Haus versteht. Dazu kommen weiche Faktoren: ein Projektmanagement, das Fachbereiche außen vor lässt, oder ein Unternehmen, das die Veränderung beschließt, aber im Alltag nicht trägt.

Braucht ein Geschäftsführer dafür tiefes technisches Verständnis? Aus Saschas Sicht reicht die Perspektive aufs Geschäft: Welchen Mehrwert bringt KI bei der Automatisierung eigener Prozesse, im Vertrieb, im Service? Wo liefert sie verlässliche Ergebnisse, wo braucht es weiterhin einen Menschen, der prüft? Diese Klarheit ist für ihn Führungsaufgabe, kein technisches Detail.

Für die Region wagt Sascha trotzdem einen Ausblick. Bis 2031 hält er einen tiefen Wandel in allen Bereichen für sicher, in denen Wissen die eigentliche Dienstleistung ist. Zentrales Wissensmanagement, saubere Datenarchitekturen und KI-Agenten, die Prozessschritte eigenständig erledigen, werden dann so selbstverständlich sein wie heute ein ERP-System. Die Rolle der Menschen verschiebt sich vom Abarbeiten hin zum Orchestrieren und Absichern: Sie legen fest, was Systeme tun sollen, prüfen die Ergebnisse und tragen die Verantwortung.

Wer nach der Lektüre denkt „wir müssten auch mal", dem rät Sascha zu einem ersten Schritt im eigenen Haus: die eigenen Prozesse identifizieren und ehrlich bewerten. Wo wird heute mühsam gesucht, abgetippt, nachgefragt? Wo hängt ein Ablauf an einer einzelnen Person? Aus dieser Liste folgt ein pragmatisches Problem, dessen Lösung in wenigen Monaten sichtbar wird, auch wenn es nicht das größte ist. Der erste Erfolg schafft das Vertrauen, das alle weiteren Schritte trägt. Das Wissen über die eigenen Prozesse kommt ohnehin nur aus dem Unternehmen selbst, kein Dienstleister kann es liefern.



KI-Hotspot in Osnabrück: das Coppenrath-Innovation-Center (CIC)



Marc Pohlmann (Geschäftsführer Personal bei BKK firmus) engagiert sich für eine gute, zukunftsfähige Arbeitsumgebung.

Was die BKK firmus als attraktiven Arbeitgeber auszeichnet

Klare Strategie, vielfältige Mehrwerte

Die Wurzeln der BKK firmus reichen bis weit ins 19. Jahrhundert zurück – und damit in eine Zeit, in der die flächendeckende Absicherung der Bevölkerung durch eine Krankenversicherung erst langsam begann, sich zu entwickeln. Entstanden durch den Zusammenschluss verschiedener erfolgreicher Krankenkassen, die für ihre Mitarbeitenden eine eigene Krankenversicherung ins Leben riefen, ist die BKK firmus mittlerweile für Versicherte in weiten Teilen Deutschlands geöffnet.

Ein einmaliger Vorgang in der Geschichte

Insbesondere die vergangenen Jahre können als die erfolgreichsten in der langen Geschichte der BKK firmus bezeichnet werden. Zählte die Krankenkasse im Jahr 2020 noch rund 99.000 Versicherte, so hat sich dieser Wert seitdem mehr als verzehnfacht. Allein im Jahr 2025 hat sich die Zahl der Kundinnen und Kunden verdoppelt – ein einmaliger Vorgang in der Geschichte der Gesetzlichen Krankenversicherung. Mit über 1,1 Millionen Kundinnen und Kunden ist die BKK firmus nunmehr die größte Betriebskrankenkasse in der Bundesrepublik.

Beitragssatz, Leistungen, Service – viele Erfolgsfaktoren

Dieser Erfolg fußt auf mehreren Faktoren. Allen voran ist der günstige Zusatzbeitrag zu nennen, der bereits seit Jahren zu den niedrigsten aller Kassen in Deutschland zählt und aktuell bei 2,18 Prozent liegt. Im Vergleich zu teureren Mitbewerbern können Versicherte bei der BKK firmus allein schon durch den niedrigen Zusatzbeitrag jährlich bis zu 770 Euro sparen. Darüber hinaus gehört auch die breite Palette an attraktiven Zusatzleistungen zu den Aushängeschildern der Kasse. Der Zuschuss zur Professionellen Zahnreinigung in Höhe von 100 Euro pro Jahr sowie die Kostenübernahme aller gängigen Schutzimpfungen sind nur einige der verschiedenen Leistungen, die von den Versicherten häufig in Anspruch genommen werden.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist der mehrfach ausgezeichnete Kundenservice, der die Versicherten und deren Interessen in den Vordergrund stellt. Dafür braucht es eine motivierte Belegschaft, die den Servicegedanken verinnerlicht hat und dafür täglich brennt. Um das sicherzustellen, setzt sich die BKK firmus für ein modernes und menschliches Arbeitsumfeld ein, das auf Vertrauen, Verantwortung und Wertschätzung basiert.

Zahlreiche Benefits: Von 14 Gehältern bis zur 35-Stunden-Woche

Der ursprüngliche Gedanke, der den Betriebskrankenkassen zugrunde liegt – nämlich, Verantwortung für die eigene Belegschaft zu übernehmen –, hat bei der BKK firmus die Zeit überdauert. In vielen Bereichen positioniert sich die Kasse als attraktiver Arbeitgeber – weil Service eben Menschen braucht! Und das mit großem Erfolg: Um den hohen Qualitätsanspruch trotz des massiven Kundenwachstums auch weiterhin erfüllen zu können, hat die BKK firmus die Zahl der Mitarbeitenden im Laufe des vergangenen Jahres massiv aufgestockt – von knapp 470 im Januar 2025 auf mittlerweile rund 930.

Eine attraktive Vergütung mit 14 Monatsgehältern und umfangreichen Zusatzleistungen, flexible Arbeitszeiten bei einer 35-Stunden-Woche sowie großzügige Urlaubsregelungen (32 Tage im Jahr) und vieles mehr: Dies sind nur einige der zahlreichen Benefits, die den Mitarbeitenden geboten werden. Bei der BKK firmus arbeiten Menschen, die mitdenken, gestalten und Verantwortung übernehmen – unabhängig davon, ob sie gerade einsteigen, sich weiterentwickeln oder bereits in leitender Funktion tätig sind. Die Krankenkasse bietet ihren Mitarbeitenden nur einen sicheren Arbeitsplatz, sondern auch echte Entwicklungschancen und ein kollegiales Umfeld mit kurzen Entscheidungswegen.

Jeder Weg ist individuell

Dazu gehört auch ein klarer Plan, den die BKK firmus ihren Beschäftigten aufzeigt: „Jeder Weg bei uns ist individuell. Menschen bringen unterschiedliche Erfahrungen, Stärken und Ziele mit. Genau deshalb verläuft auch die jeweilige Entwicklung nicht immer nach einem festen Schema. Mit vielfältigen Angeboten möchten wir das Potenzial unserer Mitarbeitenden bestmöglich entfalten, ihnen Orientierung geben und Möglichkeiten zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung aufzeigen – flexibel und auf Augenhöhe! Auch der Vorstand und Mitglieder der Geschäftsführung beteiligen sich an Onboarding-Workshops oder Trainee-Programmen für Nachwuchs-Führungskräfte. Allein in den vergangenen Jahren haben wir dutzende Kolleginnen und Kollegen auf ihrem Weg zur Führungskraft begleitet. Das erfüllt uns mit Stolz und ist ein Beleg unseres Erfolgs“, sagt Marc Pohlmann, Geschäftsführer Personal bei der BKK firmus.

Zum vierten Mal in Folge: BKK firmus als „Attraktiver Arbeitgeber“ ausgezeichnet

Das Gesamtpaket stimmt bei der Krankenkasse, die sich an all ihren Standorten für ein vertrauensvolles, wertschätzendes und modernes Arbeitsumfeld einsetzt. Das zeigen auch verschiedene Auszeichnungen in diesen Bereichen. Jüngst hat das Forschungs- und Beratungsinstitut Great Place To Work® die BKK firmus erneut als „Attraktiver Arbeitgeber“ ausgezeichnet – und das bereits zum vierten Mal in Folge. Ein zentraler Bestandteil des Zertifizierungsprogramms ist ein unabhängiges, anonymes Feedback der Mitarbeitenden. Diese haben in diesem Jahr besonders positiv die Bereiche Gerechtigkeit/Fairness, Teamgeist, Wertschätzung/Förderung der Weiterbildung sowie Unternehmensimage bewertet. Darüber hinaus erhielt die BKK firmus vor einigen Monaten von Focus Money zum zweiten Mal in Folge die Auszeichnung „Arbeitgeber des Jahres“ in der Kategorie Krankenkassen.

Viel erreicht, aber auch noch viel vor: Das gilt für die BKK firmus in vielen Bereichen – auch als Arbeitgeber. „Wir wollen weiter wachsen. Das bedeutet, dass wir auch weiterhin auf der Suche nach neuen Kolleginnen und Kollegen sind, die unser Team verstärken. Parallel dazu sind wir dabei, unsere Unternehmenskultur fortzuschreiben und das Gemeinschaftsgefühl zu stärken. Stillstand bedeutet Rückschritt: Deshalb arbeiten wir kontinuierlich daran, uns als Arbeitgeber weiterzuentwickeln und den Mitarbeitenden attraktive Rahmenbedingungen und Weiterbildungsmöglichkeiten zu bieten“, sagt Marc Pohlmann.





Die BKK firmus ist mehrfach ausgezeichnete Arbeitgeberin.



Die onnecto GmbH agiert als Dienstleister für smarte digitale Lösungen im Osnabrücker Land.

Die onnecto GmbH

Mit dem Internet der Dinge den Alltag smarter organisieren

Grundwassermessung, Parkplatzauslastung, Müllentsorgung oder Energiemanagement: Mit dem Funknetz LoRaWAN trägt die noch junge onnecto GmbH dazu bei, dass Unternehmen oder Kommunen in der Region dank digitaler Lösungen effizienter werden und Potenziale erkennen können.

Rasensprengverbot in Osnabrück: Die anhaltende Dürre ließ das Grundwasser in diesem Sommer auf einen bedenklich niedrigen Stand sinken. Stadt und Landkreis mussten gegensteuern – zum Schutz der Trinkwasserversorgung, der Landwirtschaft oder der Wälder. Wie sich der Grundwasserspiegel entwickelt, hat großen Einfluss auf das Leben der Menschen. Verlässliche und jederzeit verfügbare Messdaten haben daher eine große Bedeutung – und genau hier kommt die onnecto GmbH mit ihren digitalen Lösungen ins Spiel.

„Früher mussten Beschäftigte zu Hunderten Messstellen fahren, um den Pegel mit einem Kabellichtlot zu überprüfen“, erklärt Ingo Lemme, der gemeinsam mit Peter Schone die Geschäfte von onnecto führt. „Der personelle Aufwand ist enorm.“ Noch dazu habe man nicht kontinuierlich aktuelle Daten, könne Verläufe schlechter nachvollziehen und das Erheben der Daten sei fehleranfällig.

Onnecto digitalisiert deshalb den Prozess: Eine moderne Pegelsonde wird ins Grundwasser an den Messstellen gelassen. Sie ist eingebunden in ein Funknetz, das sogenannte Long-Range-Wide-Area-Network, kurz LoRaWAN, und liefert exakte, online jederzeit verfügbare Informationen über das Grundwasser.

Um solche präzisen Daten dreht sich bei onnecto und den Kunden alles, und das LoRaWAN ist das – im Wortsinne – verbindende Element. „Man könnte ja denken, Funknetze gibt es zuhauf“, sagt Lemme. „Was soll das Besondere sein?“ Als Antwort listet er eine Reihe von LoRaWAN-Vorteilen auf – merklich nicht zum ersten Mal. Dazu gehört, dass das Funknetz eine hohe Reichweite hat – im ländlichen Raum etwa 10 bis 15 Kilometer. Auch die Gebäudedurchdringung funktioniert sehr gut. „Ich kriege auch Daten aus dem Keller.“

Zudem ist das Funknetz sehr energieffizient. LoRaWAN-Sensoren können über mehrere Jahre mit einfachen Batterien betrieben werden. „Das ist gerade im ländlichen Raum sehr wertvoll. Ich benötige keinen Strom, trotzdem sendet der Sensor über Jahre verlässlich Daten.“ Und noch etwas hebt Lemme hervor: Das Funknetzt ist nicht lizensiert. „So können wir von der onnecto es so aufbauen, dass Kunden automatisch, zuverlässig und sicher ihre Daten bekommen. Und wir können es genau dorthin bringen, wo es benötigt wird.“

Die Anwendungsfälle sind vielfältig. Man ist schnell mittendrin im sogenannten Internet der Dinge (IoT), das unscheinbaren Gegenständen oder Orten des Alltags quasi Augen und Ohren gibt und sie zu vernetzten Datensammlern macht. Mülleimer gehören dazu. Dank eines kontinuierlichen Datenflusses über einen längeren Zeitraum können Routen für Müllfahrzeuge besser konzipiert und die Intervalle für die Entleerung besser geplant und gesteuert werden.

Auch die Auslastung von Parkplätzen kann mithilfe des Funknetzes erfasst werden und ob bestimmte Parkplätze frei sind – für Familien mit Kindern, für Menschen mit Behinderung oder auch für Elektrofahrzeuge. „Und natürlich zählt angesichts der hohen Kosten das Energiemanagement zu den Themen der Stunde“, sagt Lemme. Aktuell unterstütze man viele Unternehmen, ihre Zähler und Liegenschaften zu digitalisieren. „Sie erhalten einen täglichen oder sogar stündlichen Überblick, wo es welche Energieverbräuche gibt.“

Gegründet würde die onnecto GmbH 2023. „Wir sind Ihr kommunaler Dienstleister für smarte digitale Lösungen im Osnabrücker Land“, heißt es auf der Website. Hinter dem Unternehmen stehen die „BEVOS Beteiligungs- und Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH Landkreis Osnabrück“ und die Stadtwerke Osnabrück. Stadt und Kreis agieren Hand in Hand. „Gerade Funkinfrastruktur lebt von großen Flächen und endet nicht an Ortsgrenzen“, sagt Lemme. Die Zusammenarbeit ist daher für beide Seiten ein Gewinn.

Onnecto sieht er als ein kleines, schnelles Beiboot von Stadtwerken und Landkreis Osnabrück, das eher agiert wie ein Start-up. Die onnecto-Räume im Gebäude auf dem Stadtwerke-Gelände an der Alten Poststraße passen dazu. Es gibt Tüftelbereiche für die Elekrotechniker genauso wie Arbeitsplätze mit großen Bildschirmen für die IT-ler – und dazwischen ein an den Wänden gefließter Konferenzraum, der früher mal ein Labor war, mit alten Fabrikpendelleuchten an der Decke und einem großen, freistehenden Konferenzraum-Display neben dem Konferenztisch.

Die Dienstleistungen des noch jungen Unternehmens sind gefragt, wie Lemme berichtet, der lange bei der EWE in Oldenburg gearbeitet hat und dort den Glasfaserausbau für mehrere Regionen verantwortete. 2018 wechselte er dann zu den Stadtwerken Osnabrück und baute unter anderem das Geschäftsfeld IoT auf und aus, bevor er onnecto mit auf den Weg brachte. Die Auftragslage entwickle sich sehr positiv. „Trotzdem möchten wir gern noch bekannter werden in der gesamten Region.“

Dafür tut das Unternehmen einiges. Im Sommer etwa initiierte onnecto unter dem Motto „Dein Kopf, Deine Idee, Dein Startup“ für Schülerinnen und Schüler der Berufsbildenden Schulen und des Gymnasiums Bersenbrück einen Hackathon. Kernfrage: Welche Herausforderungen nehmen die jungen Menschen in ihrem eigenen Alltag und in ihrer Umgebung wahr? Und welche konkreten Lösungen könnte es dafür geben? Fragen, die auch den Unternehmensalltag von onnecto prägen. Und bei denen LoRaWAN oft Teil der Antwort ist.



Die IoT-Experten Ingo Lemme und Peter Schone bilden die Geschäftsführung von onnecto.



Wie vier Osnabrücker Unternehmer Entwicklungszusammenarbeit neu rechnen

Spenden, die arbeiten gehen

Lutz Hethey (Mitte) ist Mitgründer von fair equity, Ehrenmitglied bei HelpAge Deutschland e.V. und ehemaliger Mitarbeiter bei terre des hommes.

Deutschland gehört zu den größten Gebern von Entwicklungsgeldern weltweit. Und zu den kleinsten Investoren in Afrika. Beides stimmt, und beides hat dieselbe Ursache: Bei diesem Kontinent denken wir an Hilfe, nicht ans Geschäft. Vier Unternehmer aus Osnabrück haben 2024 beschlossen, es anders zu versuchen. fair equity sammelt Spenden und investiert sie als Beteiligungen in afrikanische Unternehmen, angefangen mit Ghana und Kenia. Was zurückfließt, geht nicht an die Spender:innen, sondern in das nächste Unternehmen. Bis 2030 sollen zehn Millionen Euro investiert und mindestens 10.000 Arbeitsplätze oberhalb der Armutsgrenze geschaffen sein.

Wie es angefangen hat

Hinter fair equity stehen Menschen, die ihr Berufsleben damit verbracht haben, Firmen aufzubauen: Karsten Wulf (davor buw), Bert Mutsaers (Bedford), Gunnar Sander (Sander Pflege) und Bernd Schmidt-Ankum (Leiber). Zwei Millionen Euro Startkapital, eine gemeinnützige GmbH, Sitz am Heger-Tor-Wall.

Dahinter steht eine Überzeugung, die Unternehmer teilen, weil sie sie erlebt haben: Es gibt keine wirksamere Art, Zukunft zu gestalten, als ein Unternehmen aufzubauen. Wer einen Arbeitsplatz schafft, schafft eine Perspektive. Eine, die nicht davon abhängt, ob im nächsten Haushalt wieder Geld dafür vorgesehen ist. Nichts holt Menschen verlässlicher aus der Armut als Arbeit, von der man leben kann. Der Bedarf ist gewaltig: Jedes Jahr treten rund zwölf Millionen junge Menschen in Afrika in den Arbeitsmarkt ein, dem stehen etwa drei Millionen neue formale Arbeitsplätze gegenüber.

In Gesprächen mit Unternehmer:innen kommt fast immer derselbe Einwand: Entwicklungshilfe bringt doch nichts. Die sambische Ökonomin Dambisa Moyo hat diesem Einwand ein Argument gegeben, das über den Radweg in Peru hinausgeht. In „Dead Aid" beschreibt sie, was passiert, wenn ein Staat sich überwiegend aus Hilfsgeldern finanziert: Er muss sich nicht mehr vor der eigenen Bevölkerung rechtfertigen, sondern vor den Gebern. Die Rechenschaft läuft nach außen statt nach innen.

Wem gegenüber jemand rechenschaftspflichtig ist, hält das Team von fair equity für die entscheidende Frage. Ein Unternehmen hat diese Rückkopplung eingebaut. Es lebt von Kunden, die bezahlen, von Mitarbeitenden, die bleiben, von Produkten, die ein echtes Problem lösen. Wer daran vorbei wirtschaftet, merkt es schnell.

Ein Kontinent, den Investoren übersehen

Auf Afrika entfällt fast ein Fünftel der Weltbevölkerung, es ist der jüngste Kontinent der Welt. Vom weltweiten Wagniskapital kommen dort rund 0,6 Prozent an. Nachvollziehbar wäre das, wenn es dort nichts zu investieren gäbe. Gibt es aber. Wave aus Dakar hat den senegalesischen Markt für mobiles Bezahlen so aufgemischt, dass die Wettbewerber ihre Gebühren um 80 Prozent senken mussten. Heute wird die Firma mit 1,7 Milliarden Dollar bewertet und beschäftigt rund 3.000 Menschen.

Das sind keine Entwicklungsprojekte, sondern Firmen mit Umsatz und Gehaltslisten. Solche Arbeitsplätze entstehen nicht in Programmen. Was fehlt, ist keine Wohltätigkeitslücke, es ist eine Investitionslücke.

Was fair equity macht

Gegenüber den Unternehmen verhält sich fair equity wie ein ganz normaler Investor. Keine Zuschüsse, keine zinslosen Darlehen, sondern Beteiligungen mit Dividenden, Zinsen und Exits. Sie prüfen Zahlen, verhandeln Konditionen und sitzen danach mit am Tisch. Geld gibt es bei ihnen aber nicht bedingungslos.

Der Unterschied liegt auf der anderen Seite. Wer bei fair equity spendet, bekommt nichts zurück. Man kann bei fair equity kein Geld anlegen, nur spenden.

Das verändert, was eine Spende ist. Sie füllt keinen Topf, der jedes Jahr neu gefüllt werden muss, sie geht in einen Kreislauf. Und es verändert das Verhältnis zu den Unternehmen: fair equity möchte nicht dauerhaft gebraucht werden, sondern den Punkt erreichen, an dem die Unternehmen die Unterstützung nicht mehr brauchen. fair equity nennt das Venture Philanthropy.

Wo fair equity heute steht

Die erste Beteiligung war Medpharma in Ghana: eine App, die Diagnose, Arztgespräch und Medikament zusammenbringt. Zwei weitere sind seitdem dazugekommen, insgesamt rund 650.000 US-Dollar. In diesem Jahr sollen mindestens vier folgen, zwei stehen vor dem Abschluss.
Nicht alles lässt sich unternehmerisch finanzieren. Nothilfe nicht, Grundversorgung nicht, Impfprogramme nicht. Ein Arbeitsplatz aber schon. Davon braucht der Kontinent in den nächsten Jahrzehnten mehrere hundert Millionen. Zehntausend davon sind der erste Anteil, den fair equity beisteuert.

Während in Deutschland über Entwicklungshilfe gestritten wird, ist die eigentliche Frage längst eine andere. Der Handel zwischen China und Afrika lag 2025 bei 348 Milliarden Dollar, ein Rekord. Nach Afrika gehen 1,8 Prozent der deutschen Ausfuhren, ein Anteil, der seit zwanzig Jahren stagniert. Wer dort künftig Geschäfte macht, entscheidet sich nicht danach, wer die besseren Absichten hatte. Sondern danach, wer da war.



Geld, das wirkt: In nachhaltige Transformation investieren dank Venture Capital. Hier Reise nach Ghana im April 2026.

Eine Spende, die ausgegeben wird, ist irgendwann weg. Die Spende von fair equity fängt dann erst an zu arbeiten. Das Unternehmen sitzt in Osnabrück und sucht Menschen, die mitmachen wollen. Nicht aus Mitleid, sondern weil eine Generation ohne Arbeit das Teuerste ist, was wir uns als Gesellschaft leisten können. In dreißig Jahren lebt auf dem afrikanischen Kontinent jeder vierte Mensch der Erde. Das Team von fair equity würde gerne erleben, dass das eine gute Nachricht ist.



Yaw Asamoah (Gründer des ghanaischen Startups Medpharma) und Karsten Wulf (Mitgründer fair equity und Gründer & CEO vom Family Office zwei.7); v.l.n.r.



"Eine Brille ist erst dann perfekt, wenn sie die Persönlichkeit eines Menschen hervorhebt", Peter Meyer.

Wie Optik Peter Meyer Handwerk, Digitalisierung und künstliche Intelligenz verbindet

Mit Weitblick in die Zukunft des Sehens

„Eine gute Brille braucht Zeit". Dieser prägende Satz von Optiker Peter Meyer ist ein Bekenntnis zum klassischen Augenoptiker-Handwerk. Zugleich beschreibt er, wie das Osnabrücker Familienunternehmen in die Zukunft blickt: Technik und künstliche Intelligenz sollen den Menschen nicht ersetzen, sondern Freiräume schaffen – für Beratung, persönliche Betreuung und exzellente handwerkliche Leistung.

Als Peter Meyer vor rund 30 Jahren mit seinem Unternehmen startete, waren große Brillen in Tropfenform gefragt. Für ihn stand schon damals fest, dass er nicht einfach nur das anbieten wollte, was ohnehin zu finden war. „Es war wichtig, etwas Neues zu machen", erinnert sich der Augenoptiker. An diesem Anspruch habe sich bis heute wenig geändert. Aus dem überschaubaren Familienbetrieb, der mit zwei Mitarbeitern startete, ist ein Unternehmen mit einem außergewöhnlich breiten Sortiment, langjährigen Beschäftigten und einem Gespür für neue Entwicklungen geworden.

Große Auswahl als Teil des Konzepts

Rund 4500 Brillen hält Optik Peter Meyer heute vorrätig. Das Spektrum reicht von bekannten Marken bis zu Independent-Labels und eigenen Modellen. Für Meyer ist die große Auswahl kein Selbstzweck. Eine Brille sei mehr als eine Sehhilfe, sondern auch Teil der Persönlichkeit, betont er. Gesichtslinien, Proportionen und die Frage, welchen Eindruck ein Mensch mit seiner Brille vermitteln möchte, spielten bei der Beratung eine wichtige Rolle.

Eigenes Brillenlabel

„Was wir von anderen Lieferanten nicht bekommen, entwickeln und produzieren wir selbst", erklärt Peter Meyer. Mit dem eigenen Brillenlabel O-CCX Eyewear sei es möglich, den Kunden eine größere Auswahl zu bieten und gleichzeitig viel individueller auf die Anatomie und die Bedürfnisse des einzelnen Menschen einzugehen. „Dazu gehören beispielsweise auch unsere Maßbrillen".

Dass das Konzept auch über Osnabrück hinaus Kunden anspreche, zeige der Blick in die Kundendaten. Regelmäßig kämen Menschen unter anderem aus Hamburg, Berlin, Köln oder München ins Geschäft.

Technik die entlastet

So persönlich die Beratung ist, so intensiv beschäftigt sich das Unternehmen zugleich mit Digitalisierung und künstlicher Intelligenz. Die zentrale Frage laute nicht, wo Menschen ersetzt werden könnten, sondern wo Technik Abläufe einfacher machen kann. Kunden erwarteten heute schnelle Reaktionen, so Meyer.

Intern werden Arbeitsabläufe daraufhin überprüft, wo sich Beschäftigte von zeitintensiven Routineaufgaben entlasten lassen. Bestellungen, Datenübertragung, Kundenkommunikation oder Informationen zum aktuellen Stand einer Brille sind Beispiele dafür. „Das ist für mich KI: der Einsatz von Mitteln, die uns das Leben einfacher machen", sagt der Unternehmer. Die gewonnene Zeit solle dort ankommen, wo sie besonders wichtig sei – beim Kunden.

Die Brille wird zum digitalen Begleiter

Wie grundlegend sich die Augenoptik verändern wird, zeigt sich für Meyer besonders bei sogenannten „intelligenten Brillen". Die neue Technik könne Informationen einblenden, Texte vorlesen, Sprachen übersetzen oder bei der Orientierung helfen. Menschen mit Sehbeeinträchtigungen könnten sich etwa Fahrpläne oder Produktinformationen vorlesen lassen. Auf Reisen würden zukünftig Wegbeschreibungen oder Hinweise zu Gebäuden direkt über die Brille vermittelt werden. Die Technik werde damit zum digitalen Begleiter, ohne den Blick auf die Umgebung zu nehmen. Für Meyer steht fest: „Das ist keine ferne Zukunft mehr, sondern teilweise schon heute Realität".

Vom Handwerk zu Gesundheit und Vorsorge

Parallel erweitert sich nach seiner Einschätzung auch das klassische Berufsbild des Augenoptikers. Früher hätten Handwerk und die perfekte Anpassung von Glas und Fassung im Mittelpunkt gestanden, später sei verstärkt das Thema Mode hinzugekommen. „Nun gewinnen Gesundheit und Vorsorge noch stärker an Bedeutung", so Meyer. Dazu zählten Netzhaut-Screenings ebenso wie Angebote rund um trockene Augen. Auffälligkeiten könnten so früh erkannt und Betroffene gezielt an Augenärzte verwiesen werden. Ein weiterer wichtiger Bereich sei zudem die Myopievorsorge. Kurzsichtigkeit bei Kindern und Jugendlichen könne dadurch gezielt verlangsamt werden.

Für ihn sei diese Entwicklung besonders spannend, weil sie verschiedene Bereiche zusammenführe, die ihn schon lange interessierten. „Mein Großvater war Augenarzt, ebenso sein Vater und dessen Zwillingsbruder", erklärt der Unternehmer. Er selbst habe sich bewusst für die Augenoptik entschieden, weil ihn insbesondere die Verbindung von Gesundheit, Technik und Mode reizte.

Mitarbeiter und Nachwuchsförderung im Fokus

Bei allen technischen Veränderungen sieht Meyer die Mitarbeiter als wesentlichen Erfolgsfaktor. Viele von ihnen seien bereits seit 15 Jahre oder länger im Unternehmen tätig. Langjährige Beschäftigte verstehe er als „Unternehmer im Unternehmen". Sie sollen eigene Ideen entwickeln, Verbesserungen anstoßen und Verantwortung übernehmen.

Eine wichtige Rolle spiele zudem die aktive Nachwuchsförderung durch die Bereitstellung von attraktiven Ausbildungsplätzen. „Das Berufsfeld des Optikers gehört zu jenen Tätigkeiten, die auch in Zukunft nicht durch KI ersetzt werden können, was auch entsprechende Rankings klar belegen", erklärt Meyer.

Erfolg durch Teamarbeit

Neben aller Digitalisierung bleibe ein Leitgedanke unverändert: Eine gute Brille entstehe nicht allein durch Daten, Algorithmen oder eine große Auswahl. „Sie braucht Menschen, die genau hinsehen, zuhören und sich Zeit nehmen". Die vielfältigen Leistungen und die Entwicklung des Unternehmens seien ausdrücklich das Ergebnis des gemeinsamen Engagements des gesamten Teams.



Peter Meyer (Mitte) und sein Team aus engagierten Fachkräften.

Wie die Wirtschaftspraxis Jürgens Arbeit neu denkt

Psychische Gesundheit als Wettbewerbsfaktor



Inhaber Nicolas Jürgens

Wenn in Unternehmen über Gesundheit gesprochen wird, geht es häufig um Rückenschulungen oder Fitnessangebote. Doch was ist zu tun, wenn die eigentlichen Ursachen von Belastungen tiefer liegen – in der Organisation oder in der Art der Arbeitsgestaltung? Genau an diesem Punkt setzt die Osnabrücker Wirtschaftspraxis Jürgens an. Gemeinsam mit der Akademie für Wirtschaft und Psychologie verfolgt das Unternehmen einen Ansatz, der psychische Gesundheit vor allem als Führungs- und Organisationsthema versteht.

Wenn hohe Anforderungen auf geringe Entscheidungsspielräume treffen, Prioritäten unklar bleiben oder Überlastung zum Dauerzustand wird, steigt das Risiko psychischer Belastungen. Mit solchen herausfordernden Situationen ist Nicolas Jürgens bestens vertraut. In seiner Osnabrücker Wirtschaftspraxis berät er Betriebe und Führungskräfte, daneben begleitet er Gründer und Menschen in beruflichen Krisen oder Veränderungsphasen. Zu seinem Angebot zählen Workshops und Weiterbildungen ebenso wie Beratung und Coaching.

Dass Jürgens dabei nicht primär auf den einzelnen Beschäftigten schaut, hat mit seinem eigenen Berufsweg zu tun. Zunächst absolvierte er eine kaufmännische Ausbildung im Groß- und Außenhandel und studierte im Anschluss Wirtschaftspsychologie im Bachelor und Master. Berufserfahrung sammelte er im Mittelstand und in der Industrie und lehrte zudem an der Hochschule Osnabrück.

Einblicke in den Gesundheitsschutz

„Insbesondere die Zeit in der Industrie hat meinen Blick auf meine heutige Arbeit geprägt“, erzählt der engagierte Berater. Dort habe er genaueren Einblick in den betrieblichen Gesundheitsschutz und den Umgang mit Gefährdungsbeurteilungen bekommen. Wenn Probleme auftraten, so seine damalige Beobachtung, sei es häufig um die Motivation und Belastbarkeit der Beschäftigten gegangen. Weitaus seltener standen die Organisation der Arbeit oder die Führung auf dem Prüfstand.

„Wenn in einem Unternehmen ein Problem auftritt, soll aber nicht nur an dessen sichtbaren Folgen gearbeitet werden, sondern daran, wodurch es überhaupt entsteht“, betont Jürgens. Dieser Gedanke sei zur Grundlage seiner Wirtschaftspraxis geworden.

Organisationsstrukturen im Fokus

Auch beim Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) hält Jürgens den Blick auf den einzelnen Mitarbeiter für zu eng. Häufig werde versucht, Beschäftigte widerstandsfähiger gegenüber Belastungen zu machen. Das ändere aber wenig, wenn deren Ursachen in der Organisation liegen. Deshalb beschäftigt sich Jürgens etwa mit der Frage, wie Aufgaben verteilt werden, welche Entscheidungsspielräume Mitarbeiter haben und ob Prioritäten im Arbeitsalltag klar geregelt sind.

Von der Wirtschaftspraxis zur Akademie

Aus den Erfahrungen der Wirtschaftspraxis entwickelte Jürgens schließlich die Akademie für Wirtschaft und Psychologie. Die Idee dahinter: Das notwendige Wissen soll möglichst im Unternehmen bleiben. Beschäftigte werden qualifiziert, um Arbeitsschutz, BGM und BEM selbstständig und miteinander verzahnt umsetzen zu können. Sie können Prozesse begleiten und bei sensiblen Themen als interne Ansprechpartner dienen.



Die Wirtschaftspraxis Jürgens bietet Schulungen, Beratungen und Coaching im Kontext Wirtschaftspsychologie.

Eigene digitale Lernplattform

Der Unterricht findet inzwischen überwiegend online statt. Dafür gibt es eine eigene digitale Lernplattform samt App, Lernmaterialien, Vorlagen und digitalen Werkzeugen. Zu Beginn steht jeweils eine gemeinsame Kick-off-Veranstaltung. Anschließend arbeiten die Teilnehmer selbstständig und übertragen die Inhalte auf ihren Berufsalltag. Bei Fragen können sie Tutorien buchen und eigene Praxisfälle besprechen.

Die Teilnehmer behalten dauerhaft Zugang zur Plattform und können auch später auf Materialien und fachliche Unterstützung zurückgreifen. Jürgens will so vermeiden, dass nach einer Weiterbildung zwar ein Zertifikat vorhanden ist, das erworbene Wissen im Arbeitsalltag aber nach und nach verloren geht.

Neue Vorgaben zum Arbeitsschutz

Für Unternehmen bekommen Aspekte des Gesundheitsschutzes auch durch neue Vorgaben zum Arbeitsschutz zusätzliches Gewicht. Seit 2026 gilt bundesweit eine Mindestbesichtigungsquote. Pro Jahr müssen mindestens fünf Prozent der Betriebe von den zuständigen Arbeitsschutzbehörden aufgesucht werden. Dabei reiche es nicht, die vorgeschriebenen Dokumente in der Schublade zu haben, so Jürgens. Es werde auch geprüft, wie der Arbeitsschutz jeweils organisiert ist und ob Maßnahmen tatsächlich umgesetzt werden.

Nah dran den konkreten Problemen

Nach Jürgens' Erfahrung sind viele Betriebe formal durchaus vorbereitet. „Dokumentationen gibt es, schwieriger wird es bei der Umsetzung“, sagt er. Sind Zuständigkeiten geregelt? Werden die Beurteilungen regelmäßig aktualisiert? Fragen, mit denen sich der Berater intensiv auseinandersetzt. In der Wirtschaftspraxis bleibt Jürgens mit Beratungsleistungen und Workshops nah an konkreten Problemen von Unternehmen, Gründern und Einzelpersonen. Die Akademie soll dagegen Fachwissen vermitteln und Menschen in die Lage versetzen, die entsprechenden Aufgaben selbst zu übernehmen.

Für Jürgens führen beide Ansätze zurück zu jener Erkenntnis, die ihn schon während seiner Zeit in der Industrie intensiv beschäftigte: Wenn Mitarbeiter dauerhaft unter Druck geraten, liegt die Ursache dafür zumeist nicht in mangelnder Belastbarkeit. „Es lohnt sich stattdessen, genauer hinzusehen, wie ihre Arbeit eigentlich organisiert ist“.

Fünf Ausbildungsberufe bei den Osnabrücker ServiceBetrieben

Anpacken, mitgestalten, Osnabrück bewegen

Ob auf der Straße, im Grünen oder am Piesberg: Die Osnabrücker ServiceBetriebe (OSB) sorgen dafür, dass die Stadt funktioniert. Dafür braucht es viele unterschiedliche Fachkräfte – und eine ebenso vielseitige Ausbildung.

Fünf Ausbildungsberufe bietet der OSB an: Umwelttechnologie für Kreislauf- und Abfallwirtschaft, Kraftfahrzeugmechatronik für Nutzfahrzeuge, Land- und Baumaschinenmechatronik, Straßenbau sowie Garten- und Landschaftsbau. Sie verbinden Praxis, Verantwortung und sichtbare Ergebnisse.

Vom Abfall zum Kreislauf

Umwelttechnologinnen und -technologen haben mit Abfällen zu tun – aber längst nicht nur. Am Abfallzentrum Piesberg lernen sie, Wertstoffe zu sortieren, Schadstoffe wie Lacke, Farben und Altöl anzunehmen und Stoffgemische zu trennen. Auch Kundenberatung, Logistik, Anlagenbetrieb und Mess- und Steuerungstechnik gehören dazu. Ein Teil der Ausbildung findet überbetrieblich statt: Blockunterricht gibt es in Oldenburg, in Hildesheim stehen unter anderem Kompostierung, Landmaschinentechnik und Schweißen auf dem Programm. Alle zwei Jahre starten zwei Auszubildende gemeinsam.

„Wer bei uns Umwelttechnologie lernt, sollte neugierig sein und keine Berührungsängste haben – auch dann nicht, wenn es einmal schmutzig wird. Gleichzeitig sind Empathie, soziale Kompetenz und Kommunikationsfähigkeit wichtig, denn der Kundenkontakt gehört zum Beruf“, sagt Ausbilder Jochen Lücke. Gefragt sind Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und echtes Interesse am Beruf.



Michel Schwegmann (Ausbilder GaLa-Bau), Simon Holtgrefe (GaLa-Bau-Azubi sowie Jugend- und Auszubildendenvertreter) und Jochen Lücke (Ausbilder Umwelttechnologie); v.l.n.r.

Wenn Technik die Stadt am Laufen hält

Mehr als 240 Fahrzeuge und rund 1.000 Kleingeräte sind beim OSB im Einsatz. Damit Müllwagen, Kehrmaschinen und Spezialfahrzeuge zuverlässig funktionieren, bildet der Betrieb auch Kraftfahrzeugmechatronikerinnen und -mechatroniker für Nutzfahrzeuge aus. Die dreieinhalbjährige Ausbildung reicht von Wartung und Reparatur über Fehlersuche und Diagnose bis zu modernen Mess- und Prüfsystemen.

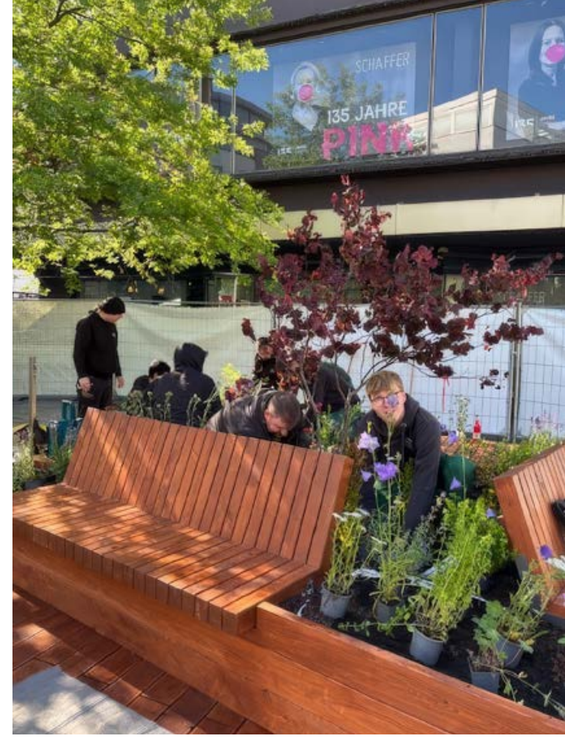
Für Land- und Baumaschinenmechatroniker geht es zudem um Bagger, Radlader und weitere Maschinen für Grünpflege und Straßenunterhaltung. Eine eigene Werkstatt bearbeitet jährlich rund 4.000 Aufträge.

Straßenbauerinnen und Straßenbauer halten Straßen, Fuß- und Radwege instand und sichern damit Mobilität und Verkehrssicherheit.

17 Azubis, eigene Baustellen, echte Verantwortung

Der größte Ausbildungszweig des OSB ist der Garten- und Landschaftsbau mit derzeit 17 Azubis. Drei Ausbilder und vier Gesellen begleiten sie in einem eigenen Ausbildungsbereich. Vier Tage pro Woche wird praktisch gearbeitet, einen Tag geht es in die Berufsschule in Haste. Gelernt wird alles, was der kommunale Außenbau verlangt: Pflanzenkunde, Pflege- und Bauarbeiten, Pflastern sowie der Umgang mit Klein- und Großmaschinen.

Eines der derzeit prominentesten Azubi-Projekte: die Klima-Oase am Nikolaiort.



Besonders ist, dass die Azubis eigene Ideen einbringen und Projekte selbst gestalten können. Sie übernehmen keine reguläre Pflege – dafür sind die Kolonnen zuständig –, sondern konzentrieren sich auf Bau- und Gestaltungsaufgaben. Die Klima-Oase in der Innenstadt entstand beispielsweise als Auszubildendenprojekt. Auch Außenanlagen werden teilweise eigenständig umgesetzt – Arbeiten, die andernorts häufig an externe Unternehmen vergeben werden.

„Bei uns sollen die Auszubildenden nicht nur lernen, wie man eine Grünfläche pflegt. Sie sollen verstehen, wie man einen Außenraum plant, gestaltet und baut und dabei eigene Ideen entwickeln und umsetzen“, sagt Ausbilder Michel Schwegmann. Weil kein wirtschaftlicher Zeitdruck besteht, sind kreative Lösungen und Ideenwettbewerbe möglich.

Engagement rund um die Ausbildung, das trägt

Dass dieses Konzept trägt, zeigte das OSB-Team beim Landschaftsgärtner-Cup in Berlin: In der Kategorie „Cup Kommunal“ holten die Auszubildenden den Sieg. Damit kommt der Wettbewerb 2027 nach Osnabrück.

Auch die Ausbildung selbst ist auf Unterstützung ausgerichtet. Im letzten Monat vor der Gesellenprüfung können sich die Azubis gezielt auf den Abschluss vorbereiten und prüfungsrelevante Aufgaben trainieren. Eine besondere Möglichkeit, die es in dieser Form bei einer Ausbildung in der freien Wirtschaft nicht gibt. Weitere Besonderheiten sind regelmäßige Teamtage, Exkursionen Azubi-Austausche über Erasmus+ mögliche mit Frankreich, Spanien und Südafrika.

„Für mich macht die Ausbildung vor allem aus, dass man nicht einfach nur mitläuft. Man bekommt Verantwortung und kann sehen, was man selbst geschaffen hat. Und am Ende steht das Ergebnis mitten in der Stadt“, sagt Simon Holtgrefe. Der GaLa-Bau-Azubi engagiert sich als Jugend- und Auszubildendenvertreter der Gewerkschaft ver.di und hat damit ein offenes Ohr für die Anliegen der insgesamt rund 25 Azubis beim OSB.

Nachwuchs wird über Instagram (@osb_azubis), Baustellenschilder, Ausbildungsmessen und Online-Ausschreibungen gesucht; Schülerpraktika sind möglich. Bei den Einstellungstests für GaLa-Bau und Straßenbau wird praktisch gearbeitet: An Stationen wird gepflanzt und gepflastert, dazu kommen Geschicklichkeitsübungen, Osnabrück-Quiz und Vorstellungsgespräch.

So zeigt sich Ausbildung beim OSB als Mischung aus Handwerk, Technik, Umwelt, Teamarbeit und öffentlicher Daseinsvorsorge. Wer hier startet, lernt nicht nur einen Beruf – sondern gestaltet die Stadt mit, in der er oder sie selbst lebt.

Konkurrenten um Fachkräfte, Partner für Osnabrück

Sechs Unternehmen, sechs Motive und eine gemeinsame Botschaft: Mit der neuen Fachkräftekampagne „So machen wir das in Osnabrück“ bündeln Unternehmen und Standortakteure ihre Kräfte. Im Mittelpunkt stehen nicht einzelne Arbeitgebermarken, sondern die Frage, was Osnabrück als Ort zum Arbeiten und Leben stark macht.

Am Anfang stand die Frage nach der Substanz: Welche Stärken besitzt Osnabrück aus Sicht der beteiligten Unternehmen – und welche davon sind für Fachkräfte relevant? Die Antwort war kein einzelner Standortvorteil, sondern ein Zusammenspiel aus beruflichen Möglichkeiten und Lebensqualität. Daraus entstanden sechs Motive und sechs unterschiedliche Zugänge zum Standort.

Unternehmen konkurrieren um Fachkräfte, das gehört zum Alltag. Umso bemerkenswerter ist es, wenn sich Wettbewerber gemeinsam für den Standort engagieren, an dem sie zu Hause sind. Genau das geschieht bei der neuen Osnabrücker Fachkräftekampagne. Ihr gemeinsames Ziel: Osnabrück als Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensstandort sichtbarer zu machen.

Sechs Unternehmen, eine gemeinsame Überzeugung: Die Heilpädagogische Hilfe Osnabrück (HHO), Piepenbrock, die Sparkasse Osnabrück, L&T, die Windel Group und Bohnenkamp engagieren sich als Osnabrück-Partner für ihre Stadt und stärken mit ihrem Einsatz aktiv den Wirtschafts- und Lebensstandort.

In der gemeinsamen Fachkräfte-Kampagne zeigen sie, was Osnabrück auszeichnet: Von der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, vom Einstieg nach dem Studium, von kurzen Wegen und schneller Erholung ebenso wie von regional verwurzeltem und international vernetzten Mittelstand, Teilhabe und einem wertschätzenden Arbeitsumfeld.

Denn Fachkräfte entscheiden nicht allein nach Stellenprofil und Gehalt. Auch Entwicklungsmöglichkeiten, Vereinbarkeit, Wohnumfeld, Freizeit und Lebensqualität spielen eine Rolle. Für das Standortmarketing bedeutet das: Wer Menschen für Osnabrück gewinnen will, muss berufliche Perspektiven und die Qualitäten des Lebensortes zusammendenken.

Daraus entstand die strategische Klammer „Chancen & Charme“. Chancen stehen für Karriere, Entwicklung und Unternehmen. Charme meint Lebensqualität, Nähe und Identität. Beides verbindet die Kampagne möglichst konkret und glaubwürdig.

Die Gesichter der Kampagne sind Menschen aus dem Arbeitsalltag der beteiligten Unternehmen. Maja Kupper von L&T steht als Fahrradfahrerin für kurze Wege. Jannik Ohle von Piepenbrock erzählt vom Weg vom Studium in den Beruf. Nina Rüsse von der Sparkasse Osnabrück ist gemeinsam mit ihrer achtjährigen Tochter zu sehen und thematisiert die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Lena Hölter von der Windel Group steht für den international vernetzten Mittelstand, Vivien Dauwe von Bohnenkamp für den schnellen Wechsel vom Arbeitstag in die Erholung.



Nina Rüsse (Sparkasse Osnabrück) mit ihren zwei Kindern, Marcel Büker (HHO), Jannik Ohle (Piepenbrock), Vivien Dauwe (Bohnenkamp), Lena Hölter (Windel Group) und Maja Kupper (L&T); v.l.n.r.

Weitere Informationen
zu den Jobgeschichten, offenen Stellen der beteiligten Unternehmen sowie zum Leben und Arbeiten in Osnabrück gibt es unter:

typisch-osnabrueck.de/karriere.

Bei der HHO zeigen Marcel Büker und Michael Vocke aus einer Werkstattgruppe, welchen Stellenwert Teilhabe und unterschiedliche Fähigkeiten im Arbeitsleben haben.
Das Prinzip dahinter ist einfach: Die Stärken Osnabrücks werden nicht abstrakt beschrieben, sondern mit Menschen und Situationen aus dem Alltag verbunden. So bekommen Standortqualitäten ein Gesicht.

„Eine Standortmarke wird glaubwürdig, wenn Menschen sie mit ihren eigenen Geschichten füllen“, sagt Alexander Illenseer, Geschäftsführer der Marketing Osnabrück GmbH. „Die Gesichter der Kampagne zeigen, wie sich berufliche Chancen und Lebensqualität verbinden.“

Auch die Kampagne selbst ist gemeinschaftlich entstanden. Die Osnabrücker Agentur MUUUH! entwickelte Konzeption, Leitidee und Tonalität, WACH verantwortete die Foto- und Videoproduktion. In Workshops und Abstimmungen mit den beteiligten Unternehmen entstand über Monate eine gemeinsame Linie. Den Satz „So machen wir das in Osnabrück“ trugen die Partner früh gemeinsam mit. Die Tonalität ist bewusst bodenständig, klar und mit einem Augenzwinkern – besonders sichtbar wird das in den sechs Reels.

Dort werden aus den Motiven kurze Geschichten. Im Mittelpunkt stehen Menschen, Situationen und Erfahrungen aus ihrem Alltag. Ausgespielt werden die Inhalte vor allem digital und in den sozialen Medien.

Dabei richtet sich die Kampagne nicht nur an Menschen, die Osnabrück bereits kennen. Neben der Ausspielung vor Ort werden gezielt Bielefeld, Bremen, Hannover und das Ruhrgebiet angesprochen. Dort leben viele Studierende, Young Professionals und erfahrene Fachkräfte – und damit Menschen, für die Osnabrück beruflich wie räumlich eine interessante Alternative sein kann.

Darin liegt zugleich die wirtschaftspolitische Idee der Kampagne: Ein einzelnes Unternehmen kann eine attraktive Stelle anbieten. Ob Menschen für einen Job in eine Stadt kommen und dort bleiben wollen, hängt jedoch auch vom Standort ab. Wenn Unternehmen ihre Reichweite, ihre Geschichten und ihre Glaubwürdigkeit dafür bündeln, wird aus Konkurrenz Kooperation – und aus Standortmarketing eine gemeinsame Aufgabe.

Einer für alle, alle für einen Standort.



Alexander Illenseer, Geschäftsführer Marketing Osnabrück GmbH, über die aktuelle Situation und Entwicklung der Osnabrücker Innenstadt.

Innenstadt im Wandel

„Wir können selbstbewusster sein“

Wie steht es um die Osnabrücker Innenstadt? Wer darauf eine belastbare Antwort sucht, muss mit den Menschen sprechen, die sie jeden Tag prägen. Alexander Illenseer, Geschäftsführer der Marketing Osnabrück GmbH, hat deshalb den direkten Austausch mit Händlerinnen und Händlern, Gastronominnen und Gastronomen sowie weiteren Unternehmenden in der City gesucht. Dabei ging es um aktuelle Herausforderungen, neue Ideen und die Frage, was den Standort stark macht – und was es braucht, damit er sich erfolgreich weiterentwickelt.

WP Herr Illenseer, wenn Sie die Gespräche zusammennehmen: Wie ist die Stimmung im Handel?

ALEXANDER ILLENSEER Was mir besonders aufgefallen ist, ist die Verbundenheit mit dem Standort. Viele Händlerinnen und Händler kämpfen mit großer Leidenschaft für ihr Unternehmen und diese Stadt. Spannend fand ich die Rückmeldungen von Menschen, die ursprünglich gar nicht aus Osnabrück kommen. Für manche war die Stadt vorher ein weißer Fleck. Heute sagen sie: Hier arbeite ich gerne, die Kundschaft ist freundlich, und ich kann mich als Unternehmer entwickeln. Diese Begeisterung bleibt hängen.

WP Das klingt positiver als das Bild, das häufig von Innenstädten gezeichnet wird. Ist Osnabrück besser aufgestellt, als wir selbst glauben?

AI In vielen Punkten ja. Wir schauen in Osnabrück schnell auf das, was nicht funktioniert. Natürlich müssen wir Probleme benennen. Aber eine Innenstadt besteht nicht nur aus Leerständen. Wir haben einen starken inhabergeführten Einzelhandel, gute Filialisten, eine lebendige Gastronomie und ein enges Miteinander der Akteure. Gerade seit Corona sind Handel und Gastronomie besser vernetzt. Dazu kommen kurze Wege und der direkte Übergang von der historischen Altstadt in die Einkaufsstadt.

WP Trotzdem sind die wirtschaftlichen Zahlen deutlich. Seit 2019 hat die Innenstadt rund 85 Millionen Euro Einzelhandelsumsatz verloren.

AI Diese Zahlen sind ernst zu nehmen, und wir sollten sie nicht kleinreden. Das Konsumverhalten hat sich verändert, der Onlinehandel ist gewachsen, und im übrigen Stadtgebiet haben sich Lebensmittel- und Fachmarktstandorte stark entwickelt. Hinzu kommen höhere Kosten und wirtschaftliche Unsicherheit. Der Euro kann nur einmal ausgegeben werden. Das merken Handel, Gastronomie und Veranstaltungen.

WP Was heißt das für die Innenstadt von morgen?

AI Dass wir sie nicht mehr ausschließlich als Einkaufsort denken dürfen. Der Handel bleibt ein zentraler Grund, in die Innenstadt zu kommen. Aber heute gehören Gastronomie, Begegnung, Aufenthaltsqualität und Veranstaltungen genauso dazu. Für mich ist das ein Dreiklang aus Handel, Gastronomie und Veranstaltungen. Maiwoche, Weihnachtsmarkt, Abendmarkt, Moonlight Shopping oder Theater Beach schaffen Anlässe. Entscheidend ist, dass daraus mehr entsteht: länger bleiben, essen, einkaufen, Menschen treffen – und wiederkommen.

WP Vor allem große und prominente Leerstände prägen die Wahrnehmung der Innenstadt. Wie bewerten Sie die Situation?

AI Solche Flächen fallen natürlich besonders auf und beschäftigen auch die Händlerinnen und Händler. Gleichzeitig lag die Leerstandsquote zuletzt bei rund neun Prozent. Anders gesagt: Mehr als 90 Prozent der Flächen sind belegt. Das rückt die Wahrnehmung etwas zurecht, ohne Anlass zum Zurücklehnen zu geben. Gerade bei großen Immobilien brauchen wir neue Ideen und häufig auch einen langen Atem.

WP Was kann die Marketing Osnabrück GmbH dabei konkret bewegen?

AI Wir können an vielen Stellen ansetzen. Wir bringen mit Veranstaltungen und Marketing Menschen in die Stadt, arbeiten gemeinsam mit dem Citymanagement an der Aufenthaltsqualität und sind im engen Austausch mit Handel und Gastronomie. Beim Thema Leerstand können wir neue Nutzungen unterstützen – etwa mit dem Pop-up-Quartier, das neuen Konzepten den Schritt in die Innenstadt erleichtert. Und wir bringen die unterschiedlichen Akteure zusammen: Handel, Gastronomie, Immobilieneigentümer, Politik, Verwaltung, Kultur und Interessenvertretungen. Innenstadtentwicklung gelingt nur gemeinsam.

WP Und was muss der Handel selbst beitragen?

AI Auch der Handel muss sich weiterentwickeln. Dort, wo Beratung, Atmosphäre, Sortiment oder ein ungewöhnliches Konzept überzeugen, entsteht ein Grund, bewusst in ein Geschäft zu gehen. Osnabrück hat dafür sehr gute Beispiele und echte Leuchttürme. Aber auch die besten Standorte können nicht einfach fortschreiben, was vor zehn Jahren funktioniert hat.

WP Sie sprechen häufig davon, dass Osnabrück selbstbewusster auftreten sollte. Was meinen Sie damit?

AI Wir neigen dazu, Probleme sehr ausführlich zu besprechen und Erfolge schnell abzuhaken. Das hilft uns im Wettbewerb der Städte nicht. Natürlich müssen wir Herausforderungen angehen – aber lösungsorientiert. Beim Tag der Niedersachsen hat man gesehen, was passiert, wenn viele Menschen mit Stolz auf ihre Stadt schauen. Osnabrück hat gestrahlt. Dieses Gefühl sollten wir nicht nur für einzelne Tage zulassen.

WP Worauf kann Osnabrück stolz sein?

AI Auf sehr vieles: einen starken Mittelstand, eine lebendige Gründerszene, viele inhabergeführte Unternehmen, Universität und Hochschule mitten im Stadtleben, eine attraktive historische Altstadt, Natur und Freizeitangebote und die Nähe zu den Niederlanden. Dazu kommt Osnabrück als Friedensstadt. Vieles davon ist längst da. Unsere Aufgabe ist, diese Stärken weiterzuentwickeln und sichtbarer zu machen. Eine Stadt muss nicht perfekt sein, um selbstbewusst aufzutreten. Aber sie sollte wissen, was sie kann.



Im Austausch über die Angebote des Zoos für Partner-Unternehmen: Ingmar Bojes (Geschäftsführer WFO Wirtschaftsförderung Osnabrück GmbH) und Philipp Bruelheide (Geschäftsführer Zoo Osnabrück gGmbH).

Der Zoo Osnabrück als Partner für Unternehmen

Zwischen Erlebniswelt und Standortfaktor

Wer den Zoo Osnabrück betritt, taucht in unterschiedliche Welten ein: Hufspuren führen über Brücken, die Nordsee zieht mit ihrer maritimen Kulisse rund um die Seehundanlage ein, afrikanische Landschaften schaffen Urlaubsatmosphäre mitten in der Region. Der Zoo versteht sich längst nicht mehr ausschließlich als klassisches Ausflugsziel, sondern als Erlebniswelt, Bildungsort und touristischer Anziehungspunkt. Mit rund 600.000 Besucherinnen und Besuchern jährlich ist er zugleich ein bedeutender Standortfaktor für die Wirtschaftsregion Osnabrück – und zunehmend auch ein Partner für Unternehmen.

Hinter vielen Projekten, Themenwelten und Angeboten des Zoos stehen Kooperationen mit der regionalen Wirtschaft. Sponsoring-Partnerschaften eröffnen Unternehmen die Möglichkeit, gesellschaftliches Engagement mit konkreten Vorteilen für Mitarbeitende und Kundschaft zu verbinden. Gleichzeitig sichern sie dem gemeinnützigen Zoo wichtige finanzielle Spielräume für Investitionen und Innovationen. Entstanden ist ein Modell, das weit über klassische Werbung hinausgeht.

Mehr als Sponsoring

„Strategische Partnerschaften mit Unternehmen sind für den Zoo weit mehr als klassische Sponsoringvereinbarungen", betont Zoo-Geschäftsführer Philipp Bruelheide. „Sie ermöglichen Investitionen, die wir aus laufenden Einnahmen allein nicht oder nur deutlich langsamer umsetzen könnten, und tragen dazu bei, den Zoo als attraktiven Erlebnis- und Bildungsort weiterzuentwickeln."

Als gemeinnützige Einrichtung finanziert sich der Zoo über Eintrittsgelder, Spenden und Sponsoring; dennoch ist der Zoo strukturell bedingt auf öffentliche Zuschüsse angewiesen. Die Unterstützung aus der Wirtschaft hilft daher nicht nur dabei, einzelne Projekte anzustoßen, sondern macht manche Vorhaben überhaupt erst realisierbar. Gleichzeitig profitieren Unternehmen von der hohen Reichweite und der emotionalen Strahlkraft des Standorts. „Unsere Sponsoren investieren nicht nur in den Zoo, sondern auch in die Zukunft der gesamten Region", sagt Bruelheide. „Wenn Wirtschaft und gesellschaftliche Einrichtungen gemeinsam Verantwortung übernehmen, entsteht ein enormer Mehrwert."

Tatsächlich profitieren nicht nur die beteiligten Partner: Der Zoo stärkt das Oberzentrum Osnabrück als Freizeit- und Naherholungsdestination, bindet Kaufkraft und erhöht die Attraktivität der Region für Fachkräfte und Touristinnen und Touristen. Von dieser Strahlkraft profitieren nicht zuletzt die Unternehmen selbst.

Vorteile für Arbeitgeber und Mitarbeitende

Vergünstigte Eintrittskarten, Rabatte auf Veranstaltungen, Mitarbeiterevents oder exklusive Kundeneinladungen schaffen Erlebnisse, die über den Arbeitsalltag hinausreichen und die Identifikation mit dem Arbeitgeber stärken. „In Zeiten des Fachkräftemangels spielen attraktive Freizeit- und Naherholungsangebote eine immer größere Rolle für die Bindung an einen Standort", sagt Bruelheide. „Der Zoo ist ein Ort, an dem Unternehmen ihren Mitarbeitenden und deren Familien einen echten Mehrwert bieten können."

Die Sponsoringpakete des Zoos sind deshalb bewusst flexibel gestaltet. Unternehmen können zwischen Bronze-, Silber- und Goldpartnerschaften wählen und diese durch individuelle Bausteine ergänzen. Sponsoren profitieren zudem von exklusiven Sponsorenevents- und Netzwerkveranstaltungen. Viele Leistungen – von zusätzlichen Events bis hin zu Werbemaßnahmen – lassen sich unabhängig von einem klassischen Sponsoring buchen.

Sichtbarkeit mit Substanz

Für Präsenz sorgt unter anderem die LED-Wall im Eingangsbereich des Zoos. Sie erreicht nach Angaben des Zoos rund 1,2 Millionen Kontakte pro Jahr, da sämtliche Gäste den Bereich beim Betreten und Verlassen passieren.

Darüber hinaus können Unternehmen Tierpatenschaften übernehmen und ihre Unterstützung über Informationstafeln sichtbar machen – vom Pinguin bis zum Tiger. Auch ökologische Projekte werden durch die Wirtschaft mitgetragen: Baumpatenschaften fördern die Aufforstung des Schölerbergs mit klimaresilienten Baumarten, die sich harmonisch in die jeweilige Themenwelt einfügen.

Eine zentrale Rolle spielen Sponsoren zudem bei der Entwicklung neuer Anlagen und Erlebnisbereiche. Sichtbar wird das etwa am neuen Thomas Philipps Familienspielplatz, dem NOZ-Streichelland und TETRA-Aquarium, an der Nordsee-Kulisse rund um die Seehunde oder an der neuen Auenlandschaft, die seit August 2026 erstmals zugänglich ist. Die aufwendige Kulissenbildung gehört seit Jahren zu den Markenzeichen des Zoos und wird kontinuierlich weiterentwickelt. Ebenso wie saisonale Angebote, darunter die aktuelle Dinosaurier-Ausstellung oder das VR-Erlebniskino.

Vom Ausflugsziel zur Eventlocation

Parallel dazu hat sich der Zoo als Veranstaltungsort etabliert. Die modernisierte Zoo-Schule bietet Raum für Schulungen, Produktpräsentationen und Vorträge. Hinzu kommen die gastronomischen Einrichtungen in den verschiedenen Themenwelten, die für Workshops, Firmenfeiern oder Empfänge genutzt werden können. Erst kürzlich wurde die zentrale Zoo-Gastronomie umfassend modernisiert. Mit ihrem nordisch inspirierten Ambiente, zeitgemäßem Speisenangebot und moderner Veranstaltungstechnik bietet sie Platz für Veranstaltungen mit bis zu 200 Gästen. Terrasse, Außenflächen und flexible Nutzungsmöglichkeiten machen den Zoo zunehmend zu einer multifunktionalen Erlebniswelt – auch für Unternehmen ohne bestehende Sponsoringpartnerschaft.

So entsteht rund um den Schölerberg ein Netzwerk, das wirtschaftliche Interessen, gesellschaftliche Verantwortung und regionale Identität miteinander verbindet. Für die Unternehmen bedeutet das Sichtbarkeit und Mitarbeiterbindung, für den Zoo finanzielle Stabilität sowie Entwicklungsmöglichkeiten und für die Region ein Angebot, das weit über einen klassischen Tierpark hinausgeht.



Eine der zahlreichen Möglichkeiten, um Partner-Unternehmen im Zoo sichtbar zu machen.



Schüler:innen der Oberschule am Sonnenhügel bauen mit Hilfe von OSB-Ausbilder Michel Schwegmann ein barrierefreies Karussell auf einen Spielplatz.

Wie die GenerationenWerkstatt Schüler:innen und Betriebe zusammenbringt

Zukunft zum Anfassen

Ein Akkuschrauber surrt, Metallteile werden passgenau verschraubt, konzentrierte Blicke wandern zwischen Bauplan und Werkstück. „Probier's ruhig selbst – du schaffst das“, sagt Dieter Behnken. Der erfahrene Elektrotechniker weiß genau, wann Jugendliche Unterstützung brauchen, und wann sie über sich hinauswachsen. Als sogenannter Un-Ruheständler begleitet er bereits seine neunte GenerationenWerkstatt. Für ihn ist das weit mehr als ein Ehrenamt: „Ich möchte jungen Menschen etwas weitergeben. Das Handwerk hat unglaublich viel zu bieten. Man muss es nur erleben dürfen.“

Genau darum geht es bei der GenerationenWerkstatt der Ursachenstiftung. Sie bringt drei Generationen zusammen: mittelständische Unternehmen, Schüler:innen sowie erfahrene Fachkräfte im Ruhestand. Gemeinsam entstehen Projekte, die echten Nutzen stiften und oft den Beginn einer beruflichen Perspektive darstellen.

Ein Beispiel dafür liefert die Pro EW GmbH in Osnabrück, die sich auf innovative Lösungen in der Elektro- und Automatisierungstechnik spezialisiert hat. Da beim diesjährigen Projekt Elektrotechnik, Lasertechnik und Programmierung ineinandergreifen, ist das Unternehmen Rolf Lasertechnik GmbH & Co. KG aus Lotte-Wersen als Kooperationspartner dabei. Neben Dieter Behnken betreuen

Detlef Mittendorf als weiterer Un-Ruheständler und Arnold Vidican, Geschäftsführung bei Rolf Lasertechnik, eine Gruppe von vier Jugendlichen der Domschule Osnabrück und ermöglichen eine kleine Reise durch verschiedene Berufsfelder. Gemeinsam entwickelt und baut das Team eine Buzzeranlage für Quizze im Schulalltag. Ein Teil der Arbeiten findet bei Pro EW statt, weitere Fertigungsschritte bei Rolf Lasertechnik. So lernen die Jugendlichen, wie eng moderne Betriebe heute zusammenarbeiten.

Für Pro-EW-Geschäftsführer Sebastian Schröer steckt darin weit mehr als ein soziales Engagement. „Wir möchten zeigen, wie abwechslungsreich technische Berufe heute sind. Viele Jugendliche haben davon vorher kaum ein realistisches Bild.“ Gleichzeitig lernen die Betriebe potenzielle Nachwuchskräfte früh kennen. Lange bevor die eigentliche Ausbildungsplatzsuche beginnt.

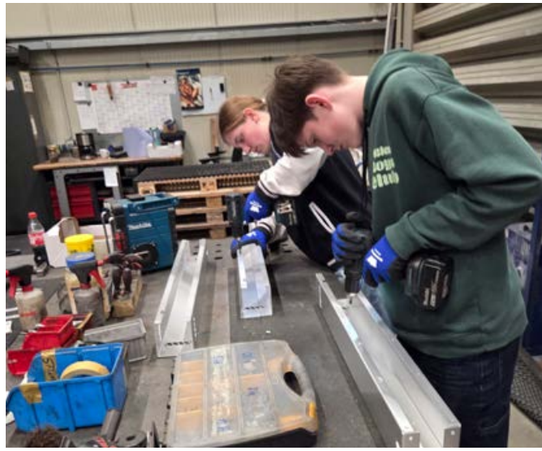
Ein Konzept, das aufgeht. Lehrer Jan Rütter von der Domschule ist für den Förderbereich zuständig und wurde von einem Kollegen auf die GenerationenWerkstatt aufmerksam gemacht. Besonders überzeugte ihn die Idee, Jugendlichen echte Erfolgserlebnisse zu ermöglichen. Das Interesse war so groß, dass die vier verfügbaren Plätze innerhalb weniger Tage vergeben waren. Entscheidend waren dabei vor allem Zuverlässigkeit und die Bereitschaft der Schüler:innen, das Projekt bis zum Ende durchzuziehen.

Zu den Teilnehmenden gehören Pia und Fiete. Beide wollten „einfach mal etwas Neues ausprobieren". Inzwischen können sie sich gut vorstellen, später eine Ausbildung im Bereich Elektrotechnik zu beginnen. Genau diese Erfahrung macht die GenerationenWerkstatt immer wieder: Jugendliche entdecken Fähigkeiten, die ihnen im klassischen Schulalltag oft verborgen bleiben. Wer mit den eigenen Händen etwas erschafft, gewinnt Selbstvertrauen. Aus Unsicherheit wird Stolz, aus Neugier häufig echtes berufliches Interesse.

Dass davon auch die Unternehmen profitieren, überrascht kaum. Gerade der Ausbildungsmarkt hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend verändert. Viele Betriebe suchen händeringend nach motivierten Nachwuchskräften. Die GenerationenWerkstatt schafft dafür eine ideale Ausgangslage. Schüler:innen lernen Unternehmen über mehrere Wochen intensiv kennen. Das Gleiche gilt umgekehrt. Nicht selten folgen auf die GenerationenWerkstatt Praktika und schließlich Ausbildungsverträge.

Wie nachhaltig dieses Prinzip funktioniert, zeigt auch der Osnabrücker Servicebetrieb (OSB). Gemeinsam mit Jugendlichen der Oberschule am Sonnenhügel entsteht im Rahmen der diesjährigen GenerationenWerkstatt ein barrierefreies Karussell für eine Grünanlage an der Ertmannstraße: ein Spielgerät, das künftig auch Kinder im Rollstuhl nutzen können. Die jugendlichen Projektteilnehmenden bauen das Karussell nicht nur selbst, sondern installieren es auch vor Ort. Sie erleben unmittelbar, welchen Wert ihre Arbeit für andere Menschen hat.

Begleitet wird das Projekt von Gärtnermeister Michel Schwegmann. Anders als im klassischen Konzept gehört er nicht zur Generation der Un-Ruheständler, sondern steht selbst noch mitten im Berufsleben. Gerade das macht ihn für viele Jugendliche zu einer Identifikationsfigur. Im Gespräch sagen einige der Jugendlichen, dass die Zusammenarbeit mit Michel sie dazu bewegt hat, sich im kommenden Jahr beim OSB zu bewerben. Andere sprechen offen über die Herausforderungen, vor denen sie aktuell stehen: Zahl-



Pia und Fiete von der Domschule lernen in der GenerationenWerkstatt das Handwerk kennen.



Begeisterung und Interesse für handwerkliche Berufe wecken: die diesjährige Schüler:innengruppe bei der Pro EW GmbH.

reiche Bewerbungen ohne Rückmeldungen. Die Teilnahme an der GenerationenWerkstatt sei ein wichtiger Beitrag für den eigenen Lebenslauf und für die Erweiterung der eigenen handwerklichen Kenntnisse.

Holger Fellhölter, Lehrer für Berufsorientierung an der Oberschule am Sonnenhügel, begleitet die GenerationenWerkstatt seit mehreren Jahren. Für ihn ist das Projekt weit mehr als Berufsorientierung: „Es ist ein Türöffner. Die Jugendlichen knüpfen Kontakte, sammeln Selbstvertrauen und bekommen Chancen, die sie sonst vielleicht nie genutzt hätten."

Tatsächlich entscheiden sich einige ehemalige Teilnehmende später für eine Ausbildung in genau den Betrieben, die sie während der GenerationenWerkstatt kennengelernt haben. Besonders profitieren dabei oftmals Jugendliche, die ihre eigenen Stärken zunächst unterschätzen oder denen klassische Bewerbungsverfahren schwerfallen. Im praktischen Arbeiten zeigen sie Fähigkeiten, die im Unterricht oft verborgen bleiben. Bei der GenerationenWerkstatt geht es nicht um Noten, sondern um Talente. Nicht um Theorie, sondern ums Ausprobieren. Und nicht um kurzfristige Projekte, sondern um langfristige Perspektiven. Hier können Jugendliche zeigen, dass sie „etwas draufhaben". Mitunter erfahren einige von ihnen das erste Mal, dass ihnen etwas zugetraut wird und sie großes Potenzial mitbringen.

Letztendlich entstehen durch die GenerationenWerkstatt deshalb nicht nur eine Buzzeranlage oder ein barrierefreies Karussell. Es entstehen Begegnungen zwischen Generationen, neue berufliche Chancen und das gute Gefühl, etwas Sinnvolles geschaffen zu haben. Eine Win-win-Situation für Jugendliche, Unternehmen und die Gesellschaft gleichermaßen – und ein starkes Beispiel dafür, wie Berufsorientierung heute gelingen kann.

Über die Generationenwerkstatt

Fachkräftesicherung beginnt oft lange vor der Berufswahl. Genau hier setzt die GenerationenWerkstatt an: Das überregional etablierte Projekt bringt mittelständische Unternehmen, Schulen und sogenannte Un-Ruheständler zusammen. Gemäß dem Motto „Generationen verbinden, Jugend begeistern". Jugendliche zwischen 13 und 15 Jahren arbeiten dabei mehrere Wochen lang in Betrieben an einem konkreten Projekt, lernen handwerkliche und technische Berufe praxisnah kennen und entwickeln eigene Lösungen. Begleitet werden sie von erfahrenen Fachkräften im Ruhestand, die ihr Wissen und ihre Lebenserfahrung weitergeben. So entsteht ein generationenübergreifender Lernort, von dem alle profitieren: Unternehmen fördern frühzeitig Nachwuchs, Jugendliche entdecken Talente und berufliche Perspektiven, erfahrene Handwerker bleiben aktiv und geben ihr Können weiter. Seit dem Projektstart 2014 wurden mehr als 475 GenerationenWerkstätten mit über 1.600 Schüler:innen in über 126 Unternehmen umgesetzt. Am Standort Osnabrück-Stadt sind derzeit 18 Unternehmen und 13 Schulen beteiligt, Tendenz steigend (Stand 2026). Koordiniert werden die GenerationenWerkstätten durch das Projektteam.

Bei der GenerationenWerkstatt handelt es sich um ein Projekt der Ursachenstiftung Osnabrück. Diese wurde im Jahr 2009 von Johannes Rahe gegründet mit dem Ziel, den Mittelstand und insbesondere das Handwerk praxisnah zukunftsfähig zu machen.

Weitere Informationen:
generationenwerkstatt.org
ursachenstiftung.de



Maschinenbaustudent Max Heermann-Többenotke entwickelt Solaranlage und baut sich einen VW-Bulli um.

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Eine Idee, die Fahrt aufnimmt

Ein alter VW-Bulli, Sonnenenergie und viel Tüftelei: Max zeigt, was möglich wird, wenn Studierende an der Hochschule Osnabrück Raum zum Ausprobieren bekommen. Als Max Heermann-Többenotke seinen VW T2 auf Kleinanzeigen entdeckt hat, war von einem modernen Elektrofahrzeug noch wenig zu sehen. Die Karosserie war gut erhalten. Technisch hatte der Bulli allerdings mehr als 15 Jahre Stillstand hinter sich. Der Maschinenbaustudent überarbeitete Bremsanlage, Getriebe und Elektrik und baute einen leistungsfähigen Elektroantrieb mit einer Reichweite von bis zu 500 Kilometern ein. Doch die eigentliche Innovation steckt auf dem Dach.

Max entwickelte ein ausziehbares Solardach. Fünf Strings (oder auch Solarpanel-Reihen) speisen dabei einen Hochvoltspeicher. Bei Teilverschattung können einzelne Reihen automatisch abgeschaltet werden. Eine fertige Lösung für das Zusammenspiel von Speicher und Spannungsabschaltung gab es nicht – also entwickelte der Student sie selbst. Unter optimalen Bedingungen liefert das Dach nun Energie für bis zu 100 Kilometer zusätzliche Reichweite pro Tag.

Das Ergebnis ist ein funktionierender Prototyp, der nicht nur in der Werkstatt steht: Mit seinem Bulli und einem Wohnwagen ist Max bereits mit Sonnenenergie und emissionsfrei bis nach Kroatien gereist. „Ich möchte zeigen, dass nachhaltiges Reisen möglich ist – selbst mit Anhänger und komplett emissionsfrei. Das ist technisch heute machbar und kann richtig Spaß machen", erklärt der Student.

Aus einem alten Bulli wird ein Prototyp

Damit zeigt das Projekt nicht nur, was technisch möglich ist. Es zeigt auch, welches Potenzial in Studierenden steckt – und was entstehen kann, wenn Ideen auf Praxis, Know-how und die richtigen Rahmenbedingungen treffen.
Denn Unterstützung bei der Entwicklung erhielt Max vom RISE, dem StartUp!Lab der Hochschule Osnabrück. Dort finden Studierende Räume, Workshops, Beratung und Netzwerke, um Ideen zu entwickeln und zu erproben. Im Fall des Solardachs unterstützte das RISE sowohl finanziell als auch bei der technischen Umsetzung und half Max so seine Lösung zu bauen.

Auch für die regionale Wirtschaft entsteht im RISE eine interessante Verbindung: Unternehmen treffen in verschiedenen Formaten auf junge Menschen, die nicht nur über Innovation sprechen, sondern sie tatsächlich ausprobieren wollen.

Das Potenzial sitzt manchmal noch im Hörsaal

Der Solarbulli von Max ist mehr als ein außergewöhnlicher Camper. Er ist ein Beispiel dafür, was entstehen kann, wenn Studierende mit frischem Blick auf konkrete Herausforderungen Raum bekommen, um eigene Ideen umzusetzen. Innovation muss nicht immer in den Entwicklungsabteilungen etablierter Unternehmen entstehen. Manchmal beginnt Innovation eben mit einem alten Bulli und einer guten Idee.

Prof. Dr. Tim Römer leitet seit Oktober die Geschicke der Universität Osnabrück

Der neue Mann im Schloss



Ein vertrautes Gesicht in neuer Position:
Prof. Dr. Tim Römer, der neue Präsident der Uni Osnabrück.

Die Universität Osnabrück hat einen neuen Präsidenten: Anfang Oktober übernahm Prof. Dr. Tim Römer den Posten der bisherigen Präsidentin Prof. Dr. Susanne Menzel-Riedl, die als Rektorin an die Universität Münster wechselt. Der Senat hatte den 51-Jährigen einstimmig gewählt.

An ein neues Gesicht müssen sich die Mitarbeitenden der Universität Osnabrück nicht gewöhnen: Prof. Römer ist hier bereits seit 2002 tätig. „Es ist mir eine große Ehre und große Freude, diese Universität, die mir schon seit vielen Jahren eine berufliche Heimat geworden ist, künftig gemeinsam mit einem großartigen Team leiten zu dürfen", so der Mathematikprofessor, der auch seinen Lebensmittelpunkt in Osnabrück hat.

Geboren wurde Tim Römer 1975 in Oshawa, Kanada. Nach dem Studium der Mathematik mit dem Nebenfach Informatik an der Universität in Essen, folgte die Promotion und eine uniexterne Tätigkeit als Technologieberater. Anschließend ging es 2002 als Juniorprofessor für Mathematik nach Osnabrück. 2008 wurde er als Professor für Algebra berufen. Seit dieser Zeit hatte Prof. Römer verschiedene Ämter in der universitären Selbstverwaltung inne, war zum Beispiel viele Jahre Dekan des Fachbereichs Mathematik/Informatik/Physik und konnte zahlreiche hochdotierte Drittmittelprojekte für die Universität einwerben.

Eines seiner Herzensprojekte ist das KI-Reallabor Agrar (RLA), welches auch Teil der Hightech Agenda Deutschland - KI-Roadmap ist. „Dort erforschen wir, wie mit innovativen Lösungen in der Künstlichen Intelligenz und Robotik Landwirtschaft nachhaltiger, effizienter, widerstandsfähiger und idealerweise auch kostengünstiger betrieben werden kann", erläutert Prof. Römer. Unter anderem sollen auf einem Versuchshof in Wallenhorst – dem FieldLab Agrar – verschiedene Agrartechnologien unter realen Bedingungen getestet und weiterentwickelt werden.

Das Forschungsprojekt wird von sieben Partnern, darunter das Agrotech Valley Forum, das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und die Hochschule Osnabrück, unterstützt und von der Universität Osnabrück geleitet. Die VolkswagenStiftung stellt im Rahmen der Initiative zukunft.niedersachsen über das Ministerium für Wissenschaft und Kultur hierfür Projektmittel in Höhe von 18,9 Millionen Euro zur Verfügung.

Generell ist dem 51-Jährigen neben den vielen wichtigen Kernaufgaben einer Universität auch die enge Verbindung mit der Wirtschaftsregion unabdingbar für die weitere erfolgreiche Entwicklung der Institution: „Das gegenseitige voneinander Lernen und sich gemeinsam für Ziele in Entwicklung und Wirtschaft einzusetzen, wird neben Lehre und Forschung zunehmend eine maßgebliche Aufgabe unserer Universität sein. Und auch in diesem Bereich kann ich aufbauen auf die vielen guten Kontakte und Erfahrungen aus den vergangenen Jahren. Wir haben hier in der Region starke Partner, mit denen wir gemeinsam viel bewegen können."

Arbeitsrecht

Krankgeschrieben – aber wirklich arbeitsunfähig?

Ein Beschäftigter kündigt – und legt am selben Tag eine Krankschreibung vor, die exakt bis zu seinem letzten Arbeitstag reicht. Ein anderer ist über Monate arbeitsunfähig, arbeitet zwischendurch aber immer wieder. Müssen Arbeitgeber eine Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung in solchen Fällen einfach hinnehmen?

Grundsätzlich ja: Die ärztliche Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung hat einen hohen Beweiswert. Arbeitgeber können die Entgeltfortzahlung deshalb nicht allein aufgrund eines unguten Gefühls oder eines allgemeinen Verdachts verweigern. Doch die Rechtsprechung zeigt zunehmend: Gibt es konkrete Auffälligkeiten, darf genauer hingeschaut werden.

Eine wichtige Entscheidung traf das Bundesarbeitsgericht bereits 2021. Eine Arbeitnehmerin kündigte selbst und wurde am selben Tag krankgeschrieben – passgenau bis zum Ende der Kündigungsfrist. Für das Gericht reichte diese auffällige zeitliche Übereinstimmung aus, um den Beweiswert der Krankschreibung zu erschüttern.

Seitdem haben die Gerichte diese Linie weiterentwickelt. Dabei gibt es keine einfache Checkliste. Entscheidend ist vielmehr das Gesamtbild. Auffällig kann beispielsweise sein, wenn die Arbeitsunfähigkeit genau mit dem Ende des Arbeitsverhältnisses zusammenfällt. Das kann auch bei einer Kündigung durch den Arbeitgeber gelten. Mehrere aufeinanderfolgende Krankschreibungen werden dabei nicht isoliert, sondern gemeinsam betrachtet.

Hinzukommen können weitere Ungereimtheiten: Beschäftigte führen trotz Krankschreibung dienstliche Telefonate, arbeiten zeitweise doch, geben bereits ihre Arbeitsmittel zurück oder machen Angaben, die nicht zu ärztlichen Feststellungen passen. Auch bei Krankschreibungen aus dem Ausland können etwa Reisen entgegen ärztlicher



Kirsten Thelen, Geschäftsführerin Industrieller Arbeitgeberverband Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim e.V., Leitung Arbeits- und Tarifrecht

Empfehlung oder wiederholte Erkrankungen im Zusammenhang mit Urlaub eine Rolle spielen.

Wie weit das gehen kann, zeigt eine aktuelle Entscheidung des Landesarbeitsgerichts Niedersachsen aus April 2026: Ein Beschäftigter war über elf Monate krankgeschrieben, hatte zwischenzeitlich aber mehrfach tatsächlich gearbeitet. Das Gericht sah den Beweiswert der Bescheinigungen als erschüttert an. Der Beschäftigte hätte nun konkret darlegen müssen, welche Beschwerden wann bestanden und warum diese ihn an seiner Arbeit hinderten.

Für Arbeitgeber heißt das: Eine Krankschreibung ist kein unangreifbarer Beweis – aber auch kein Dokument, das bei bloßem Misstrauen einfach beiseitegeschoben werden kann. Entscheidend sind konkrete, objektiv nachvollziehbare Auffälligkeiten. Diese sollten sorgfältig und möglichst zeitnah dokumentiert werden.

Denn am Ende kann aus mehreren kleinen Fragezeichen ein begründeter Zweifel werden. Und dann ist es Sache des Beschäftigten, die tatsächliche Arbeitsunfähigkeit näher darzulegen und zu beweisen.

Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)

Mentale Gesundheit ist auch ein Wirtschaftsfaktor

Gespräch mit GewiNet Mitglied Dr. Julia Lange, Psychologische Psychotherapeutin mit Schwerpunkt Betriebliches Gesundheitsmanagement

Wer Verantwortung für Mitarbeitende trägt, kennt die Warnsignale: Der Krankenstand steigt, andere versuchen die zusätzliche Arbeit aufzufangen. Gleichzeitig verlangen Veränderungsprozesse den Teams immer mehr ab. Psychische Belastungen können die Leistungsfähigkeit ganzer Abteilungen beeinträchtigen und für Unternehmen erhebliche Folgen haben. Für den Kompetenzzentrum Gesundheitswirtschaft e.V., GewiNet, der seinen Mitgliedern aus der Gesundheitswirtschaft wertvolle Informationen, Austausch und Vernetzung bietet, ist die psychische Gesundheit von Beschäftigten deshalb längst zu einem wichtigen Thema für die Region geworden.

Als neues Mitglied bringt Dr. Julia Lange ihre Expertise im Bereich psychische Gesundheit bei GewiNet e.V. ein. Die Psychologische Psychotherapeutin hat viele Jahre an der Universität Osnabrück gearbeitet, dort promoviert und angehende Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten ausgebildet. Heute führt sie eine eigene psychotherapeutische Praxis in Bad Rothenfelde und hat mit „MindSupport – Mentale Gesundheit im Beruf" ein zweites berufliches Standbein im Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) aufgebaut. Gemeinsam mit dem GewiNet rückt sie damit eine entscheidende Frage in den Fokus: Wie lassen sich Mitarbeitende stärken, bevor aus Belastung eine Erkrankung und aus einem persönlichen Problem ein betriebliches wird?

WP Frau Dr. Lange, Sie führen bereits eine eigene Praxis. Warum haben Sie sich zusätzlich auf das Betriebliche Gesundheitsmanagement spezialisiert?

DR. JULIA LANGE In meiner Praxis erlebe ich immer wieder, dass ich erst dann tätig werde, wenn das Kind sozusagen bereits in den Brunnen gefallen ist und eine psychische Erkrankung vorliegt. Natürlich ist genau das meine Aufgabe als Psychologische Psychotherapeutin. Gleichzeitig ist bei mir aber der Wunsch gewachsen, Menschen früher zu erreichen und präventiv tätig zu werden.

Unternehmen sind dafür ein sehr wichtiger Ort, weil dort viele Menschen mit ganz unterschiedlichen Belastungen zusammenkommen.

WP Warum sollten sich Unternehmen intensiver mit psychischer Gesundheit beschäftigen?

JL Weil psychische Gesundheit eine wichtige Grundlage für Produktivität ist. Unternehmen spüren die Folgen psychischer Belastungen unmittelbar. Deshalb sollten Gesundheitsmanagement, Personalentwicklung und Führungskräftequalifizierung zusammengebracht werden. Führungskräfte sollten beispielsweise erkennen können, wenn Mitarbeitende dauerhaft belastet sind. Betriebliches Gesundheitsmanagement ist deshalb nicht nur ein Gesundheitsthema, sondern auch ein wirtschaftliches Thema.

WP Sie arbeiten dabei nicht nur mit klassischen Büroarbeitsplätzen. Funktioniert dieser Ansatz auch in Produktion und Handwerk?

JL Absolut. Aktuell arbeite ich beispielsweise mit einem Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe. Dort begegnet einem zunächst durchaus Skepsis. Sobald man aber Wissen vermittelt und sehr konkret zeigt, was psychische Belastung mit dem eigenen Arbeitsalltag zu tun hat, erlebe ich großes Interesse und viel Lernbereitschaft.

WP Sie sind seit Kurzem Mitglied im GewiNet. Wie ist Ihr Eindruck?

JL Mein erster Eindruck war eine große Offenheit für neue Ansätze. Gleichzeitig hatte ich das Gefühl, mit meiner Herangehensweise eine Lücke zu treffen. Uns verbindet der Gedanke, dass Gesundheitsförderung möglichst passgenau sein sollte. Statt Angebote nach dem Gießkannenprinzip zu machen, sollten wir stärker schauen: Was brauchen die einzelnen Mitarbeitenden tatsächlich?



Dr. Julia Lange schätzt unterschiedliche Kompetenzen und Perspektiven, um gute Lösungen für Unternehmen zu entwickeln. Mit ihrem Stress-ABC deckt sie Warnsignale, Auslöser und Stressverschärfer auf.

WP Aktuell wird über Veränderungen im Rahmen der GKV-Reform diskutiert. Kritiker befürchten eine Verschlechterung der psychotherapeutischen Versorgung und längere Wartezeiten. Warum sollte das auch Unternehmen interessieren?

JL Weil sich eine schlechtere Versorgung unmittelbar auf die Arbeitswelt auswirken kann. Bei psychischen Erkrankungen sprechen wir häufig nicht über wenige Tage Ausfall. Werden Erkrankungen nicht rechtzeitig behandelt, können sie sich chronifizieren, längere Arbeitsunfähigkeiten oder stationäre Aufenthalte nach sich ziehen und im schlimmsten Fall sogar zur Frühverrentung beitragen.

Wenn psychotherapeutische Angebote reduziert werden und Menschen noch länger auf eine Behandlung warten müssen, besteht deshalb die Gefahr erheblicher Folgekosten. Das Problem wird nicht gelöst, sondern teilweise von den Krankenkassen auf Unternehmen und andere gesellschaftliche Bereiche verlagert. Genau deshalb ist die psychotherapeutische Versorgung auch ein Wirtschaftsthema.

WP Gewinnt Prävention angesichts dieser Entwicklung noch stärker an Bedeutung?

JL Auf jeden Fall. Je früher Unternehmen Belastungen erkennen, desto besser. Dabei würde ich allerdings nicht ausschließlich auf Verpflichtungen und gesetzliche Vorgaben setzen. Zu viel „Muss" kann Widerstände erzeugen. Sinnvoller finde ich es, Unternehmen und Mitarbeitende vom konkreten Nutzen zu überzeugen und niedrigschwellige Angebote zu schaffen, z.B. durch mein Konzept „das persönliche Stress-ABC".

Kommen Sie ins Gespräch mit dem GewiNet!

GewiNet Kompetenzzentrum Gesundheitswirtschaft e.V. ist ein Verein mit Mitgliedern aus allen Sektoren der Gesundheitswirtschaft. Gemeinsam leistet er einen Beitrag dazu, auch in Zukunft eine hochqualitative Gesundheitsversorgung in der Region sicherzustellen. Erfahren Sie mehr über den GewiNet e.V. unter gewinet.de

Sie möchten mehr über MindSupport Lange und Leistungen im betrieblichen Gesundheitsmanagement erfahren? Dr. Julia Lange freut sich auf Ihre Anfrage.

MindSupport Lange
Dr. rer. nat. Dipl.-Psych. Julia Lange
Frankfurter Straße 31
49214 Bad Rothenfelde
05424 2070683
mindsupport-lange.de



Freuen sich auf den Einsatz des Investment-Guides: Ingmar Bojes (Geschäftsführer WFO Wirtschaftsförderung Osnabrück GmbH), Sina-Christin Wilk (Team Standortkommunikation WFO) und Alexander Strangmann (Team Ansiedlung & Unternehmensservice WFO).

Osnabrück bekommt einen neuen Investment-Guide

Stadt der kurzen Wege

Wie präsentiert man einen Wirtschaftsstandort so, dass Investoren, Unternehmen und Projektentwickler nicht nur Zahlen sehen, sondern eine Vorstellung davon bekommen, was dort möglich ist? Die WFO Wirtschaftsförderung Osnabrück GmbH hat dafür ihren bisherigen Standort- und Immobilienmarktbericht grundlegend neu gedacht.

Herausgekommen ist „Zukunft auf kurzen Wegen. Investment-Guide für Osnabrück.“: Eine Publikation, die informieren, neugierig machen und die Potenziale des Wirtschaftsstandortes sichtbar machen soll. Standortberichte folgen häufig einem vertrauten Muster: Kennzahlen, Tabellen, Immobilienmarktdaten und Gewerbeflächen. Alles relevant, aber reicht das aus, wenn Städte und Regionen um Investitionen, Unternehmen und Projekte konkurrieren?

Bei der WFO fiel die Antwort darauf eindeutig aus. Der bisherige kostenlose Standort- und Immobilienmarktbericht wurde deshalb nicht lediglich aktualisiert, sondern neu strukturiert, inhaltlich erweitert und stärker aus der Perspektive derjenigen gedacht, die ein geschäftliches Interesse am Wirtschaftsstandort Osnabrück haben könnten. Somit wird aus dem Marktbericht der „Investment-Guide für Osnabrück 2027/28“.

„Gute Standortkommunikation muss heute mehr leisten, als Zahlen und verfügbare Flächen bereitzustellen. Wir müssen ein klares Bild davon vermitteln, wofür Osnabrück als Wirtschaftsstandort steht und welche Perspektiven Unternehmen und Investor:innen hier finden. Der neue Investment-Guide ist für uns deshalb ein wichtiger Baustein einer modernen Ansiedlungsstrategie“, sagt WFO-Geschäftsführer Ingmar Bojes.

Wie sein Vorgänger soll der Investment-Guide alle zwei Jahre erscheinen und kostenlos als Print- und Digitalausgabe zur Verfügung stehen. Er richtet sich an Investor:innen, Projektentwickler:innen und ansiedlungsinteressierte Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größen, vom Mittelständler bis zum Startup.

Was interessiert Investor:innen wirklich?

Der Neuausrichtung ging die Frage voraus, was einen zeitgemäßen Investment-Guide ausmacht. Dafür wurden Publikationen anderer deutscher und internationaler Standorte betrachtet. Gleichzeitig floss die Praxis ein: Welche Informationen fragen Unternehmen und Investor:innen tatsächlich nach?

Wichtige Hinweise lieferte die Real Estate Arena 2026 in Hannover. Themen, die dort von Standbesucher:innen besonders häufig angesprochen wurden, fanden Eingang in die Konzeption. Der Guide soll damit weniger aus der Innensicht der Stadt erzählen, sondern sich an den Informationsbedürfnissen seiner Zielgruppen orientieren.

„Ansiedlungsarbeit beginnt lange vor dem ersten konkreten Flächengespräch. Unternehmen müssen einen Standort wahrnehmen, seine Stärken verstehen und erkennen, ob er zu ihren Anforderungen passt. Dafür brauchen wir zeitgemäße Instrumente, die unsere Beratung und die persönliche Ansprache sinnvoll ergänzen“, erklärt Alexander Strangmann, Leiter des Teams Ansiedlung & Unternehmensservice bei der WFO.

Das Ergebnis ist daher kein Lexikon, sondern eine bewusst kuratierte Auswahl. Der Guide identifiziert Leuchttürme, Besonderheiten und Standortqualitäten und zeigt anhand konkreter Beispiele, welche Perspektiven Osnabrück bietet. Denn eine Standortentscheidung hängt nicht ausschließlich von Gewerbeflächen, Verkehrsanbindung oder Quadratmeterpreisen ab.

Vorgestellt werden unter anderem auch der breit aufgestellte Wirtschaftsstandort und sein Mittelstand, Wissenschaft und Netzwerke, Fachkräfte, Startups sowie der Wohnungs- und Immobilienmarkt. Mit dem Smart Business Park Limberg, der Logistikdrehscheibe Hafen, dem Lok-Viertel und dem MAGNUM Areal rücken zudem vier sehr unterschiedliche Entwicklungsstandorte in den Fokus. Transformation, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und neue Arbeitswelten gehören dabei ebenso zur Geschichte wie klassische Standortfaktoren. Auch die Unternehmen und Menschen hinter dem Standort erhalten mehr Raum. Ein eigenes Kapitel widmet sich beispielsweise der Gründungsszene: Osnabrück weist laut den im Guide aufgegriffenen Daten des Deutschen Startup Monitors seit 2019 die höchste Startup-Gründungsaktivität unter den niedersächsischen Städten auf.

Ein Titel als roter Faden

Über all diesen Themen steht ein Begriff, der in Gesprächen über Osnabrück auffallend häufig fällt: kurze Wege. Er wurde zum Titel und roten Faden des neuen Formats.

Innerhalb Osnabrücks sind viele Ziele in 15 bis 20 Minuten erreichbar. Gleichzeitig verbinden A1, A30 und A33 die Stadt mit wichtigen Wirtschaftsräumen. Schiene, Hafen und der nahe Flughafen Münster/Osnabrück ergänzen die Verkehrsanbindung. Doch die kurzen Wege sind auch im übertragenen Sinne gemeint. Unternehmen, Hochschulen, Netzwerke, Verwaltung und Wirtschaftsförderung sind eng miteinander verbunden. Kontakte entstehen schnell, Ansprechpersonen sind erreichbar und Akteur:innen kommen unkompliziert zusammen.

Der Investment-Guide lädt dazu ein, Osnabrück genauer anzuschauen. Denn manche Potenziale erschließen sich erst auf den zweiten Blick. Und der Weg dorthin ist in Osnabrück bekanntlich kurz.



Der Guide erscheint im **Oktober 2026 passend zu Expo Real in München**, eine der renommiertesten Gewerbe- und Immobilienmessen Deutschlands, und kann **kostenlos heruntergeladen** (wfo.de/presse) oder als Print-Variante bestellt werden (info@wfo.de).



Das Droidrun-Team blickt mit großem Optimismus in die Zukunft.

Wie Droidrun Smartphone-Apps automatisiert – und von Osnabrück aus einen Wachstumsmarkt erschließt

Vom digitalen Experiment zum internationalen KI-Startup

Eine innovative Geschäftsidee, ein sich rasant entwickelnder Zukunftsmarkt und viel Wachstumspotential: Das Osnabrücker Startup Droidrun hat innerhalb kurzer Zeit eine bemerkenswerte Entwicklung genommen. Das Unternehmen entwickelt die technische Infrastruktur, mit der KI-Agenten Smartphone-Apps eigenständig bedienen und komplexe Abläufe automatisieren können und trifft damit auf weltweites Interesse.

Wenn das Smartphone selbst loslegt

Droidrun sei zunächst gar nicht als eigenes Unternehmen konzipiert worden, erklärt dessen Geschäftsführer, Christian Ninstel. Er und sein Team wollten vielmehr ein konkretes Problem lösen. Die Ausgangsfrage dabei: Wie lassen sich Trends auf TikTok automatisch erfassen? Ihre Antwort war ein KI-Agent, der sich selbstständig durch Apps bewegt. Als ein erstes Video viral ging und sich innerhalb von 48 Stunden mehr als 1200 Entwickler auf eine Warteliste setzen ließen, war klar: Daraus könnte etwas Größeres werden.

Heute arbeitet Droidrun vom Osnabrücker Hafencampus aus an einer Technologie, die den Umgang mit Smartphones stark verändern dürfte. Ein Nutzer kommuniziert zu erledigende Aufgaben mit einem KI-Agenten und dieser führt die dafür nötigen Schritte selbständig aus. Er öffnet Apps, trägt Daten ein oder verschiebt Informationen. Auf diese Weise können etwa Buchungsformulare ausgefüllt, Preise verglichen oder Reservierungen getätigt werden. „Wir bauen sozusagen ein besseres Siri, das nicht nur reden, sondern wirklich handeln kann", bringt Ninstel das Vorgehen auf den Punkt.

Vom TikTok-Problem zum Geschäftsmodell

Droidruns Ursprung liege in einem früheren Startup. Dort konnten Nutzer Kassenbons hochladen. Anonymisierte Einkaufsdaten sollten mit Trends aus sozialen Medien verknüpft werden. Als Ninstel und sein Team dafür TikTok automatisiert auswerten wollten, stießen herkömmliche Lösungen an ihre Grenzen. Daraufhin bauten sie selbst einen Agenten, der durch die App scrollen und gezielt nach relevanten Inhalten suchen konnte.

Dieses Vorgehen weckte schnell Interesse bei anderen Entwicklern. Der Code wurde als Open-Source-Projekt veröffentlicht, zugleich meldeten sich erste Unternehmen mit eigenen Anwendungsfällen, berichtet Ninstel. „Wir wollten ein Problem lösen und haben gemerkt, dass sehr viele andere dieses Problem ebenfalls haben, nur für andere Anwendungen". Das neue Geschäftsfeld zog die Droidrun-Gründung nach sich. Geld verdient das Startup mit einer Infrastruktur, über die Unternehmen und Entwickler die Technologie in größerem Maßstab einsetzen können.

Virtuelle Smartphones statt Gerätepark

Ein wichtiger Baustein sind virtualisierte Smartphones auf Servern. Wer den offenen Code nutzt, kann einen Agenten etwa mit dem eigenen Handy verbinden. Für größere Anwendungen reicht dies allerdings nicht. „Unternehmen brauchen viele Geräte gleichzeitig, eine stabile Infrastruktur und Agenten, die zuverlässig arbeiten. Genau hier setzt Droidrun an", so Ninstel.

Was das konkret bedeutet, zeigt ein Erkundungsprojekt aus den USA. Dort entwickelt ein Unternehmen eine Softwarelösung für Pflegekräfte, die viele Arbeitsschritte über Smartphone und Tablet dokumentieren müssen. KI-Agenten können dabei wiederkehrende Aufgaben übernehmen und Daten zwischen Anwendungen übertragen. Ein weiteres Feld ist das Testen von Apps: Virtuelle Telefone und Agenten lassen sich einsetzen, um Anwendungen automatisiert auf Schwachstellen zu prüfen.

Konkurrenz mit großen Namen

Die Nachfrage kommt inzwischen aus vielen Teilen der Welt. Besonders stark ist das Interesse nach Angaben Ninstels aus den USA, daneben gibt es Kunden und Entwickler aus Asien und Europa. Droidrun bewegt sich damit in einem Markt, den auch Google und Apple für sich entdeckt haben.

Für Ninstel ist dies eher Bestätigung als Abschreckung. Die großen Konzerne entwickeln vor allem für ihre Endkunden. Droidrun konzentriere sich dagegen auf Entwickler und Unternehmen. Hinzu kommt das Timing: Noch vor einem Jahr seien KI-Agenten deutlich weniger leistungsfähig und zugleich teurer gewesen. „Wir waren zur richtigen Zeit am richtigen Ort", sagt Ninstel.

Auszeichnung in Berlin

Wie viel Aufmerksamkeit Droidrun inzwischen bekommt, zeigte sich im Mai bei den German Startup Awards in Berlin. Christian Ninstel wurde dort als „Newcomer des Jahres" ausgezeichnet. Auch Bundeskanzler Friedrich Merz gehörte zu den Rednern. „Es war ein sehr besonderer Moment und eine unglaublich schöne Anerkennung für die geleistete Arbeit", so der Geschäftsführer.

Osnabrück als Startpunkt

Ninstel hat in Osnabrück sein Studium absolviert und schon vor dem Droidrun-Erfolg Gründungserfahrungen gesammelt. Für junge Startups sei Osnabrück ein unglaublich starker Standort. Auch viele Droidrun-Mitarbeiter kämen aus der Region. Mit weiterem Wachstum des Unternehmens könnte perspektivisch Berlin als zweites Standbein hinzukommen.

Die Pläne reichen ohnehin über das Smartphone hinaus. Langfristig solle Droidrun die technische Grundlage dafür liefern, dass digitale Assistenten auch Aufgaben auf tragbarer Elektronik wie Smartwatches oder intelligenten Brillen übernehmen. „Der Nutzer sagt, was er möchte, der Agent erledigt dann die nötigen Schritte". Bei ChatGPT sei es ähnlich gewesen, sagt Ninstel: Anfangs hätten es nur wenige Menschen genutzt, heute gehöre es für viele zum Alltag. Einen vergleichbaren Moment erwartet Ninstel auch für die Nutzung von KI-Agenten. Droidrun sei genau dafür bestens positioniert.

Osnabrücker Healthcare Accelerator startet mit Batch #9 in eine neue Runde

Fünf Jahre OHA

Der Osnabrück Healthcare Accelerator (OHA) geht mit Batch #9 in die nächste Programmrunde – und das in einem besonderen Jahr: Im Juli 2026 feierte der OHA sein fünfjähriges Bestehen. Was 2021 als Förderprogramm für junge Gesundheits-Startups begann, hat sich seitdem zu einem festen und überregional anerkannten Bestandteil des Innovationsökosystems entwickelt.

Die Bilanz nach fünf Jahren spricht für sich: Mittlerweile hat der OHA 61 Startups aktiv unterstützt und ihnen den Weg in den Gesundheitsmarkt geebnet. Möglich macht das ein Netzwerk aus Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlicher Hand, das Gründerteams intensives Mentoring, praxisnahe Workshops und den direkten Austausch mit Branchenexpertinnen und -experten bietet.

Mit Batch #9 baut der OHA dieses Netzwerk weiter aus: Neu mit an Bord ist die unter anderem in Osnabrück ansässige BKK firmus als Kooperationspartnerin. Die Zusammenarbeit eröffnet den teilnehmenden Startups zusätzliche Anknüpfungspunkte an die Praxis der gesetzlichen Krankenversicherung und unterstreicht, wie vielfältig die Akteure sind, die sich mittlerweile im OHA-Netzwerk engagieren.

Dass Osnabrück dabei weiterhin eine Sonderrolle einnimmt, zeigen auch die aktuellen Zahlen des Niedersächsischen Startup Monitors 2026: Die Gründungsaktivität in Niedersachsen liegt in diesem Jahr auf Rekordniveau – und nirgendwo im Land wird so viel gegründet wie in der Stadt Osnabrück. Der OHA hat daran als zentraler Akteur im Bereich Gesundheitswirtschaft einen maßgeblichen Anteil.

Auch in Batch #9 zeigt sich erneut die Bandbreite an Ideen, mit denen junge Unternehmen die Gesundheitsversorgung von morgen mitgestalten wollen.

Hinweis: Ein weiteres Startup aus dem aktuellen Batch befindet sich derzeit noch im Stealth-Modus und wird zu einem späteren Zeitpunkt vorgestellt.



detoxi Health GmbH

Problematisches Online-Verhalten ist eine der großen Herausforderungen unserer digitalen Gesellschaft. Allein in Deutschland sind ca. 10 Mio. Menschen betroffen – davon 2.3 Mio. Kinder und Jugendliche. detoxi Health hilft Menschen, ein gesundes Verhältnis zu digitalen Medien zu entwickeln. Hierfür entwickelt das Startup digitale Präventions-Angebote sowie Services zur Behandlung von Online-Sucht.

Ansprechperson: Dr. Florian Caspari (info@detoxi.info)



JawBuddy GmbH

Zähneknirschen und chronische Kiefergelenksbeschwerden betreffen Millionen Menschen und werden bislang meist nur symptomatisch behandelt. JawBuddy setzt hier an: eine digitale Selbsttherapie, die algorithmisch erstellte Selbsttherapiepläne, computergestützte Symptommessung per Smartphone-Kamera und Verhaltensbegleitung in einer evidenzbasierten App verbindet. Zugelassen als Medizinprodukt der MDR-Klasse I.

Ansprechperson: Leon Rauch (info@jawbuddy.com)



Luma Life GmbH

Luma ist ein KI-basierter Sprachbegleiter für Menschen mit Demenz. Als Avatar auf mobilen Endgeräten unterstützt Luma im Alltag mit Erinnerungen, Gesprächen und kognitiver Aktivierung. Luma basiert auf Evidenzen der Demenzpflegewissenschaft und hilft Betroffenen, länger selbstständig zuhause zu leben – während Angehörige über einen eigenen Zugang eingebunden bleiben und entlastet werden.

Ansprechperson: Marvin Berthold (info@lumalife.de)



tio Health UG

tio health entwickelt die digitale Informations- und Kommunikationsschicht für die Pädiatrie. Die mehrsprachige Lösung erfasst relevante Informationen von Familien bereits vor dem Arztbesuch, bereitet sie strukturiert für Praxisteams auf und reduziert so vermeidbaren Kommunikations- und Dokumentationsaufwand. Damit will tio Kinderarztpraxen entlasten, damit sie mehr Kinder versorgen können – mit mehr Zeit für jedes einzelne Kind.

Ansprechperson: Raphael Heber (info@tiohealth.care)



rSonate GmbH

rSonate ist ein Startup aus Osnabrück, das Klang in der Schwangerschaft zur Sache der ganzen Familie macht. Zwei Pods am Bauch und eine App messen vor jeder Sitzung, wie der Körper Klang gerade überträgt, und passen das Signal vorher an, so kommen Stimmen und Musik klar beim Kind an statt gedämpft. Ein Klangprogramm wächst mit dem Kind mit, vom Herzschlag bis zu vertrauten Stimmen, und läuft nach der Geburt weiter. Nicht-invasiv, auf 65 dB begrenzt, patentiert.

Ansprechperson: Johann Kampsen (info@sonalu.eu)

HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Von Profi zu Prof*in

Schonmal über eine HAW-Professur nachgedacht?





Gehen Sie den nächsten Schritt und entdecken Sie Ihren Weg in die Professur an einer **H**ochschule für **A**ngewandte **W**issenschaften:

www.hs-osnabrueck.de/haw-professur